

**Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente**

**Repositorio Institucional del ITESO**

**[rei.iteso.mx](http://rei.iteso.mx)**

---

Departamento de Economía, Administración y Mercadología

DEAM - Trabajos de fin de Maestría en Administración

---

2013-06

# Plan de negocios de una terraza para fiestas infantiles

López-Fierro, Tomás

---

López-Fierro, T. (2013). Plan de negocios de una terraza para fiestas infantiles. Trabajo de obtención de grado, Maestría en Administración. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.

Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/3385>

*Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia:*

*<http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-ND-2.5-MX.pdf>*

*(El documento empieza en la siguiente página)*

---

---

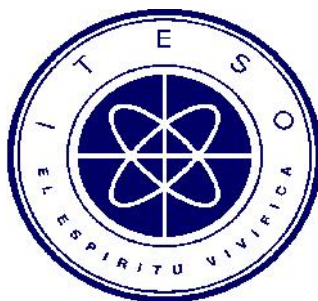
# **INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE**

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS SEGÚN ACUERDO  
SECRETARIAL 15018, PUBLICADO EN EL DIARIO OFICIAL DE LA  
FEDERACIÓN EL 29 DE NOVIEMBRE DE 1976

---

---

## **DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA, ADMINISTRACIÓN Y MERCADOLOGÍA MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN**



**PLAN DE NEGOCIOS DE UNATERRAZA PARA FIESTAS INFANTILES**

**TESIS DE MAESTRÍA**  
*QUE PARA OBTENER EL GRADO DE*

**MAESTRO EN  
ADMINISTRACIÓN**

*PRESENTA:*  
**TOMÁS LÓPEZ FIERRO**

*ASESOR: DR. JOSÉ LUIS OROZCO MARTÍNEZ*

**TLAQUEPAQUE, JAL.**

**JUNIO DE 2013**

## Agradecimientos

A Dios por bendecirme y brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

A mis padres y mis hermanos por su cariño y gran apoyo incondicional

A mi esposa por su amor y ánimo que me brinda día a día para alcanzar nuevas metas tanto profesionales como personales

A mi hijo quien ha sido diariamente mi motivación para superarme

A la universidad ITESO por darme la oportunidad de estudiar y desarrollarme

A mi maestro asesor, por su gran ayuda, experiencia y asertividad en sus comentarios que me guiaron en este proyecto

A mis maestros que ayudaron en mi formación profesional

## Índice

Introducción.....	Pág.	3
Capítulo I		
Análisis mercadológico.....	Pág.	8
1) Metodología.....	Pág.	9
2) Mercado y análisis de factores.....	Pág.	9
3) Demanda.....	Pág.	10
4) Mercado meta.....	Pág.	13
5) Sondeo de mercado.....	Pág.	15
6) Competidores, productos y servicios sustitutos.....	Pág.	19
7) Análisis FODA.....	Pág.	20
8) Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter. ....	Pág.	22
Capítulo II		
Producto y servicio.....	Pág.	24
1) Servicio de fiestas infantiles.....	Pág.	25
2) Local.....	Pág.	26
3) Alimentos.....	Pág.	26
4) Precio.....	Pág.	28
5) Estructura Organizacional.....	Pág.	30
6) Publicidad y promoción.....	Pág.	31
7) Alianzas Proveedores.....	Pág.	33
8) Operación.....	Pág.	34
9) Marco Legal.....	Pág.	35
10) Tramites.....	Pág.	35

### Capítulo III

Análisis de Financiero.....	Pág.	38
1) Análisis de rentabilidad.....	Pág.	39
2) Inversión inicial.....	Pág.	39
3) Proyecciones financieras.....	Pág.	40
4) Liquidez.....	Pág.	42
5) Valor presente neto.....	Pág.	43
6) Tasa interna de Retorno.....	Pág.	45
Conclusiones.....	Pág.	46
Bibliografía.....	Pág.	48
Anexos.....	Pág.	50

## INTRODUCCIÓN

La idea de una terraza de eventos nació de la necesidad que tengo como padre de familia de contratar este tipo de servicios ya que al tener un hijo pequeño y querer celebrar su cumpleaños busco las opciones que se tienen en la ciudad para poder realizar una pequeña convivencia donde principalmente por la amplitud del lugar que se renta, se puede invitar a un número mayor de personas que lo que se puede realizar en una casa común.

Esta misma necesidad la he visto dentro los compañeros de trabajo, vecinos y padres de familia de la misma escuela de mi hijo, que al querer realizar una reunión de convivencia, la mayoría no cuenta con un lugar apropiado que cumpla con las condiciones necesarias de: espacio, ubicación, mobiliario, estacionamiento, etc. Por lo que se ven envueltos en la necesidad de contratar un lugar para poder realizar dichos eventos.

Hoy en día el realizar un evento incluso pequeño o familiar es todo un desafío, ya que la preparación conlleva varios días o incluso semanas en realizarla, como me ha tocado en ocasiones algunos salones de fiestas para niños o terrazas infantiles parecen ser insuficientes para la demanda que tienen, debido a que en la mayoría de locales de moda se debe apartar fecha hasta con varios meses de antelación al evento en los días más solicitados que son viernes, sábado y domingo. Por lo que se observa una necesidad latente en este tipo de servicios y que los lugares en la ciudad no son suficientes para satisfacer la demanda en este tipo de servicios; por tal motivo surge la idea de emprender un plan de negocio que lleve a la creación de un lugar para fiestas o reuniones en la ciudad de Zapopan, Jalisco, el cual ayudará en el desarrollo económico de la entidad como una más de las pequeñas empresas en México como se menciona en la página de

internet de la Secretaría de Economía: “La pequeña y mediana empresa se ha convertido últimamente en motor de desarrollo para México, en el marco de la Semana Nacional Pyme 2012, Ferrari destacó que se ha trabajado para fomentar el crecimiento y promover el desarrollo de este sector, y prueba de ello es que durante este sexenio el presupuesto destinado a las Pymes ha sido 608% mayor al ejercido en la pasada administración; la derrama crediticia que se ha propiciado a través del Sistema Nacional de Garantías México Emprende se incrementó 634% en el mismo periodo, y las empresas que se han creado con los apoyos de la Subsecretaría para la Pequeña y Mediana Empresa suman 51 mil 520, 210% más que en el sexenio previo (SE)”.<sup>1</sup>

En la página web del Directorio Estadístico de Unidades Económicas del INEGI, se muestra que hay 247 establecimientos dentro de la ciudad de Zapopan para una población de más de 1 millón dos cientos mil habitantes y con una tasa de crecimiento anual dentro de los últimos 10 años de 2.1%, por lo que se tienen zonas dentro de la ciudad con un crecimiento de viviendas que aún no cuentan con el servicio de terrazas para eventos en el cual se podría entrar sin tener un mercado tan competitivo.

Estas zonas de crecimiento habitacional por lo general las viviendas no cuentan con espacios suficientes para realizar reuniones, debido principalmente a los tamaños en que son construidas, esto debido a la concentración de la población en la ciudad, que ha hecho que las viviendas tiendan a ser cada vez más pequeñas.

Por otro lado las personas tienen menos tiempo y viven una vida agitada, que los obliga a estar en busca de servicios que sean prácticos y les brinden comodidad con una amplia gama de opciones. Pero lo que no ha cambiado es que las familias buscan celebrar fiestas infantiles o reuniones en un lugar atractivo, amplio, cómodo, seguro y conveniente para niños y adultos.

---

<sup>1</sup> SE entrega Galardón Pyme 2012, de agosto de 2012, Notas relevantes, México Emprende, desde <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/notas-relevantes/8423-se-entrega-galardon-pyme-2012>.

Dentro del valor agregado que se pretende dar a nuestros clientes es ofrecer como parte del servicio de evento, alimentos saludables y nutritivos que sustituyan los clásicos alimentos o botanas que comúnmente se ofrecen en terrazas o salones donde se contratan los eventos, por lo general los salones no ofrecen opciones de menú de comida sana u otras bebidas que no sean gaseosas. Otra oportunidad encontrada dentro del mercado es el uso de las tecnología para crear una página web interactiva para el cliente donde además de las clásicas fotos, teléfonos direcciones del local que se muestra en una página de internet se convierta en una herramienta de información para el cliente final donde tenga al alcance los costos, fechas disponibles, otros proveedores de servicios para eventos infantiles como entretenimientos, comidas y juegos infantiles, de tal forma que se logre dar una nueva experiencia facilitando las búsqueda de información y disminuyendo el tiempo que toma la planeación de estos eventos. Así como incrementar la satisfacción del cliente con un servicio de calidad que cubra sus expectativas del evento a través de un conocimiento del cliente y sus necesidades a través de la información que el mismo cliente brinde a través de página web.

La influencia de los niños sobre los padres en las decisiones de compra es significativa, aunque todavía los padres tienen la última palabra cuando se compran bienes y servicios que tienen un impacto importante en el bienestar de sus hijos como son la comida y bebidas, servicios médicos y artículos educativos.

Como se menciona en la tesis de María Sara Gallo Solana y Ahira Teresa Villalobos Ruvalcaba sobre el Estudio Mercadológico para conocer las características del mix de mercadotecnia que el mercado de clase media de la ZMG requiere para la contratación de un jardín de fiestas infantiles, en las reuniones familiares de fiestas infantiles es la mamá la persona que decide la renta de jardines de fiesta y lo que llama la atención de estas investigaciones es que no es la recomendación de algún conocido lo



que motiva a la contratación de estos lugares, sino el haber asistido y que el lugar le haya parecido agradable<sup>2</sup>

Se ofrecerá precios accesibles y opciones de paquetes acorde a las necesidades del cliente, estableciendo contratos con cada uno de los proveedores de la empresa y fijando el precio por determinado tiempo y en algunos casos se buscará obtener algunos días de crédito con proveedores,

Una de las características importantes para la realización de este tipo de plan de negocio, es el alto margen de utilidad que se considera en alrededor de un 30% en una inversión promedio de 2 millones (tan solo por obra civil y equipamiento) y su recuperación se tiene aproximadamente a partir del tercer año de acuerdo a la información de la revista Entrepreneur Mexico<sup>3</sup>. Y en inversiones de alrededor de 800 mil pesos los márgenes de utilidad pueden alcanzar arriba del 20%, además de la ventaja de contar con un personal mínimo para atender el establecimiento que puede ser desde un coordinador, un ayudante y un encargado de limpieza, y de los meseros que se contratan de acuerdo a los eventos que así los requieran<sup>4</sup>. Lo cual a través de este proyecto de plan de negocio con una investigación de mercado y los análisis financieros que posteriormente se presentarán en el desarrollo de la tesis se verá la factibilidad de este proyecto para su realización.

El objetivo es ofrecer un espacio distinto que permita adaptarse a las necesidades del cliente, donde el lugar se adecue a diferentes ambientaciones, se brinde un menú para la comida del evento con la opción de tener un alimento con mayor aportación nutrimental, con un espacio y juegos para niños de diferentes edades, con una página de

---

<sup>2</sup> Maria sara Gallo Solana y Ahira Teresa Villalobos Ruvalcaba, *Estudio Mercadológico para conocer las características del mix de mercadotecnia que el mercado de clase media de la ZMG requiere para la contratación de un jardín de fiestas infantiles*, ITESO, Guadalajara Jalisco, 2003.

<sup>3</sup> Cf. Rocha N, «Abre un salón de fiestas infantiles», en *Entrepreneur Mexico*, diciembre de 2011, 32–34.

<sup>4</sup> Ponce Karla, «Abre un salon de fiestas infantiles», en *Entrepreneur Mexico*, , núm. En, s.f., 34–39.

internet que facilite la información al cliente de nuestros servicios así como de otros proveedores que pueden complementar nuestro servicio y se tenga la opción de un servicio de organización completa del evento, o simplemente se brinde un asesoramiento al cliente de cómo organizar la fiesta con la cual se genere una relación más directa con el cliente lo cual nos permitirá ir conociendo las necesidades que vayan surgiendo con el transcurso del tiempo .

# **CAPÍTULO I**

## **Análisis Mercadológico**

## Metodología

La metodología utilizada para este proyecto se realizó a través de entrevistas a profundidad, análisis de la competencia, análisis de las cinco fuerzas de Porter y tiene bases tomadas del modelo Canvas

- Situación actual
- Análisis de Fuerzas y debilidades
- Segmentos de clientes e investigación de mercado
- Propuesta de valor
- Flujos de ingreso
- Alianzas
- Costos

## Mercado y análisis de factores

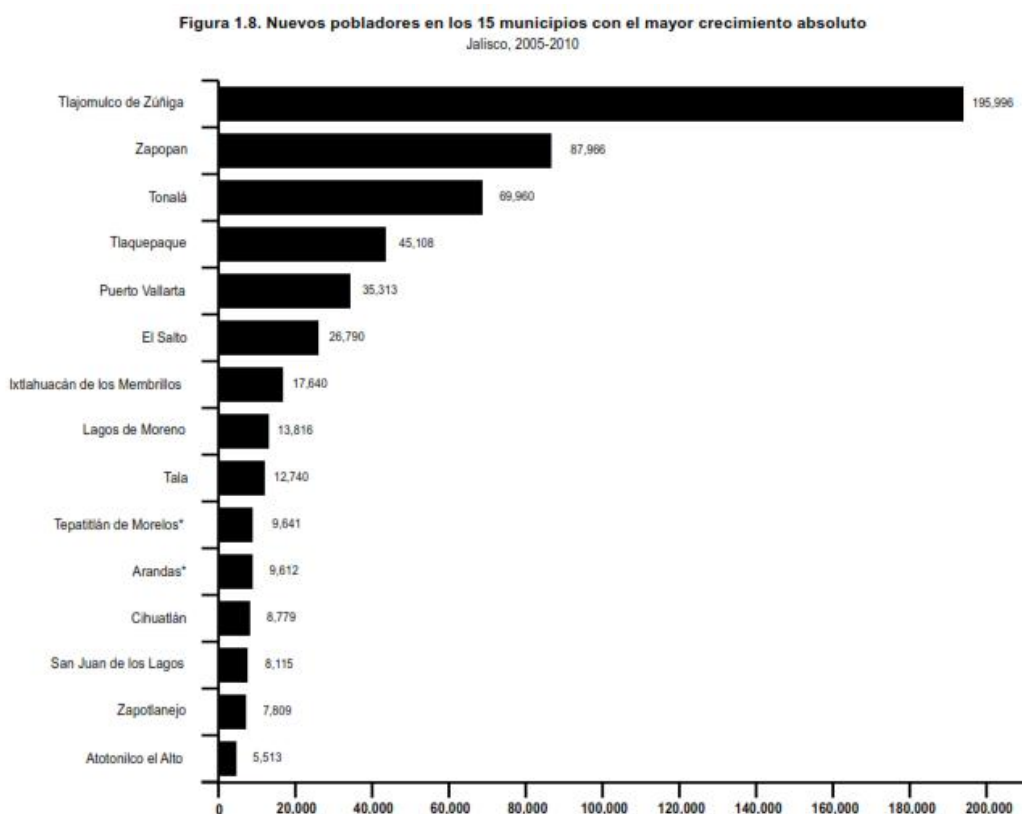
El estudio de mercado describe el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor. En otros términos el estudio de mercado es la actividad que permite identificar: ¿Qué producir?; ¿Con qué producir?; ¿Cuánto producir?; ¿Para quién?; ¿A qué precio?; ¿Cómo distribuir o vender? <sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Malhotra Naresh K, *Investigación de Mercados*, Prentice Hall, Mexico, s.f.

## Demanda

De acuerdo al INEGI la ciudad de Zapopan fue el segundo municipio con mayor crecimiento poblacional del 2005 al 2010 con casi 88 mil habitantes en 5 años y los hogares de la ciudad de Zapopan han crecido en alrededor de un 12% al pasar de 277,657 hogares a 311,046 dentro del mismo periodo de acuerdo al censo de población y vivienda 2010.



Fuente: Elaborado por el Consejo Estatal de Población con base en INEGI; II Censo de Población y Vivienda 2005 y Censo de Población y Vivienda 2010.

Así como en la ciudad de Zapopan el Estado de Jalisco muestra un ritmo creciente en cuanto al incremento de viviendas y hogares dentro de los próximos 17 años como se muestra a continuación en la grafica de acuerdo al Consejo Estatal de Población

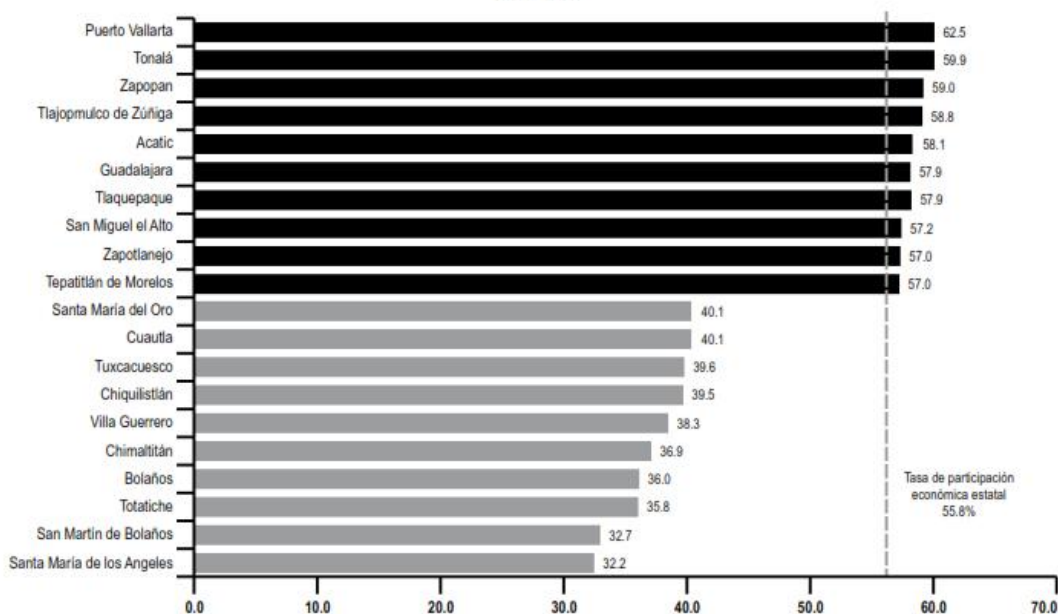
Proyecciones de hogares y viviendas particulares, Jalisco, 2005-2030.



FUENTE: ELABORADO POR EL CONSEJO ESTATAL DE POBLACIÓN CON BASE EN CONAPO, PROYECCIONES DE LOS HOGARES Y LAS VIVIENDAS DE MÉXICO Y DE LAS ENTIDADES FEDERATIVAS.

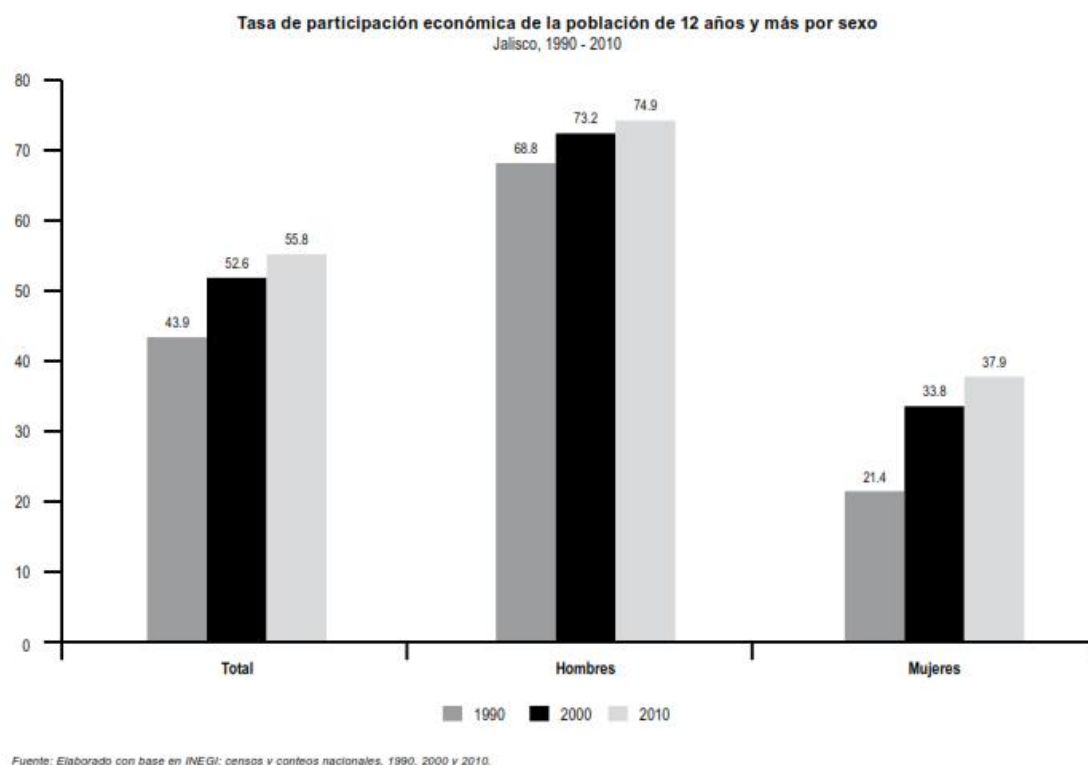
La población económicamente activa en Jalisco ha tenido un crecimiento en desde el 2000 al 2010 del 29.8%, siendo la ciudad de Zapopan uno de los municipios con mayor participación económica.

Municipios con mayor y menor tasa de participación económica  
Jalisco, 2010



Fuente: Elaborado con base en INEGI, Censo de Población y Vivienda 2010.

Así mismo la participación de la mujer ha venido incrementándose significativamente en un 77% desde el año 1990 al 2010, como se detalla en la siguiente gráfica de censos nacionales elaborados por el INEGI, por lo que el tiempo de las mujeres se distribuye de manera diferente al dedicar en su mayoría a la actividad laboral, lo cual permite que se generen empresas o personas que brinden servicios para ayudar a realizar actividades que por falta de tiempo no pueden realizar.



Como lo menciona la revista Entrepreneur<sup>6</sup> cada vez es más frecuente que los padres de familia opten por celebrar a sus hijos en un salón de fiestas en lugar de su casa y esto sucede cuando los hogares son pequeños o en los lugares que habían carecen de áreas comunes para celebrar reuniones.

<sup>6</sup> Cf. Rocha N, *op. cit.*, 32-34.

## Mercado Meta

El mercado meta al que va dirigido este plan de negocios es para los padres de familia que habitan en la ciudad de Zapopan, Jalisco, que tienen al menos un hijo menor de 10 años, que se encuentran en un nivel socioeconómico medio y medio-alto y no cuentan con la disponibilidad de un lugar para celebrar eventos familiares o por falta de tiempo no tienen la oportunidad de organizar el evento.

De acuerdo a la revista *entrepreneur* el segmento de mercado objetivo para las fiestas infantiles son los padres de familia de entre 25 y 45 años de edad de nivel socioeconómico alto<sup>7</sup>, considerando que el papel de la mujer ha cambiado, considerando que la edad promedio en México para casarse es a los 25.3 años, esto incrementa la edad promedio para tener hijos por lo que el segmento del rango de edad que actualmente tiene mayor potencial puede en un futuro muy cercano ir cambiando a padres de familia con edad avanzada pero con mejores ingresos.

De acuerdo al artículo publicado en CNN expansión “que la fiesta de tu hijo cueste menos” las fiestas infantiles sencillas comienzan a ser cosa del pasado y las tendencias se dirigen a una planeación elaborada con la contratación de empresas especializadas y un desembolso mayor a lo que los papas están acostumbrados<sup>8</sup>.

El artículo de Alternativas de las fiestas de cumpleaños costosas para niños de la página web de Money comenta que las tendencias de las fiestas de cumpleaños refleja un cambio en la cultura de los padres, debido a que tienen menos niños a lo que se solía tener, le prestan mayor atención a cada uno, la nueva generación de padres está

---

<sup>7</sup> Castaños Rocha Nora, *Abre un salón de fiestas infantiles*, de abril de 2012, Soyentrepreneur.com, desde <http://www.soyentrepreneur.com/19566-abre-un-salon-de-fiestas-infantiles1.html>.

<sup>8</sup> Maldonado Mariana F., «Que la fiesta de tu hijo te cueste menos», en *CNN Expansión*, 24 de junio de 2011, desde <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2011/06/20/exigencia-infantil-039infla039-presupuesto>.



centrada en hacer sentir a sus hijos especiales y amados como si fueran el centro del mundo, sin embargo se están creando movimientos para volver a las tradiciones simples<sup>9</sup>.

Lo que indican diversos artículos relacionados a las fiestas infantiles es que la nueva generación de papas quiere darles todo a sus hijos por lo que las fiestas de cumpleaños suelen ser caras para así complacer a sus hijos en ese día tan especial.

El crecimiento demográfico en la ciudad en viviendas más pequeñas, la incursión de la mujer en el campo laboral y la escasez del tiempo para convivir con los hijos, trae consigo la necesidad para los padres de familia de la organización de fiestas infantiles a través de un tercero, que facilite la organización, lugar y necesidades alimenticias de la mejor manera para el evento de sus hijos, pasando un tiempo de calidad el día del evento con sus hijos, familiares e invitados.

De acuerdo al Directorio Estadístico de Unidades Económicas de la página del INEGI, se tienen 247 establecimientos dentro de la ciudad de Zapopan que ofrecen el servicio de fiestas infantiles y existe una gran ocupación de los salones de fiestas existentes dentro de los periodos del ciclo escolar teniendo los lugares reservados en fines de semana con meses de anticipación, y la tasa de crecimiento en la ciudad de Zapopan se ha venido manteniendo en 2.1% anual desde el 2000 hasta el 2010 de acuerdo al último censo del INEGI

Dentro del censo de población que muestra el Consejo Estatal de Población del Estado de Jalisco informa que en la ciudad de Zapopan había en el 2010 1, 243,756 habitantes y el promedio de niños en el Estado de Jalisco es de alrededor del 28.8% por lo que el número de niños en el 2010 es aproximadamente de 358,202, el mercado meta

---

<sup>9</sup> Palmer Kimberly, *Alternatives to Pricey Kids' Birthday Parties*, 28 de septiembre de 2011, Money, desde <http://money.usnews.com/money/personal-finance/articles/2011/09/28/alternatives-to-pricey-kids-birthday-parties>.

son los niveles socioeconómicos C y C+ alto que cuentan con los ingresos suficientes para la realización de un evento, de acuerdo a la AMAI en la Zona Metropolitana de Guadalajara estos niveles representan el 36.9% de la población , de tal forma que el mercado meta estaría compuesto por 132,177 niños con la posibilidad de festejarse su cumpleaños

La proporción de mercado que se espera alcanzar durante el primer año como arranque de negocio sería de realizar 125 eventos contemplando que el negocio no es conocido se realizarían en promedio 2.5 eventos por semana estimando realizar 2 eventos por fin de semana (sábado y domingo) y 1 evento entre semana cada 15 días, durante los siguientes años se esperaría hacer una consolidación logrando una proporción mayor de mercado con 5 eventos a la semana logrando crecer un 100% a 250 eventos

## Sondeo de mercado

Se realizó una investigación cualitativa, para contar con información que permita un diagnóstico inicial acerca de la percepción de ofrecer comida saludable en un evento infantil. Se aplicó la técnica de entrevista profunda a 12 padres de familia con hijos menores a 10 años de un nivel socioeconómico medio.

Se realizaron estas entrevistas con los objetivos de conocer los factores que determinan los padres de familia para festejar una fiesta infantil a sus hijos. Por lo tanto, se espera específicamente:

1. Tener un conocimiento más profundo del cliente y sabe cuáles son sus preocupaciones
2. Identificar qué factores consideran los padres de familia al realizar una fiesta de cumpleaños

3. Identificar si el concepto general de comida saludable para fiestas infantiles es atractivo.
4. Conocer cuáles son las preferencias de los hijos en sus festejos de cumpleaños
5. Identificar los factores que toman en consideración para la renta de un lugar.
6. Saber el promedio de invitados en una fiesta y de estos cuantos son niños
7. Conocer cuáles son las necesidades al organizar una fiesta y si contrataría un servicio de organización de fiesta

La guía de la entrevista y resultados gráficos se pueden consultar en los anexos 2 y 3, ya continuación se presenta un análisis de las entrevistas a profundidad realizadas:

#### 1. Conocimiento del cliente

Las mayores preocupaciones son principalmente el no tener el tiempo suficiente para convivir con sus hijos y tener un tiempo de ocio con ellos, así como la preocupación que se enfermen y así como el no poder brindar una mejor educación a sus hijos.

En su mayoría la mayor parte de los padres de familia sienten que dedican demasiado tiempo en actividades que no suelen disfrutar, y que les gustaría pasar más tiempo con su familia y tener un tiempo para ellos mismos

#### 2. Factores para realizar una fiesta de cumpleaños

En su mayoría los padres de familia coinciden en que son varios los elementos que consideran para realizar una fiesta de cumpleaños, los cuales los lleva a planear con tiempo la organizar del evento, donde en su totalidad coinciden que les gusta organizarlas ellos mismos ya sea por reducir costos o que prefieren elegir a sus gusto, a pesar de que

comentaron de no tener el tiempo, ser cansado y que suelen olvidarse pequeños detalles debido a que no siempre se puede estar en todo

### 3. Concepto de comida saludable en eventos infantiles

La mayoría de las personas entrevistadas comentan que la idea de tener alimentos saludables dentro de los eventos infantiles es buena ya que se muestra interés en cuidar la salud de los niños.

La gran parte de los entrevistados asocia la comida saludable y nutritiva mayormente a verduras, frutas y ensaladas y desconoce que otros alimentos se pueden considerar nutritivos.

### 4. Preferencias de los hijos en su festejo

La opinión de los hijos sobre la realización de su festejo de cumpleaños suele decidir en las decisiones de los padres al realizar el evento, por tal motivo es importante conocer que es lo que prefieren de las fiestas, de los resultados obtenidos la mayoría los padres de familia comentan que las piñatas, pastel y juegos son importantes para realizar el festejo de sus hijos ya que es lo que más le llama la atención de los niños.

### 5. Factores para rentar un lugar

Son varios factores que consideran las personas entrevistadas para rentar un lugar pero principalmente la mayoría coincide en que el lugar debe tener juegos para los niños y estos deben ser para todas las edades, con jardín para que los niños puedan correr y que este sea amplio, algunos comentan que también les gusta los lugares cerrados para no tener que preocuparse por el clima el día del evento.

### 6. Número de Invitados

En general los entrevistados con hijos menores de 4 años comentan que las fiestas infantiles suelen ser con pocos invitados debido a que los que asisten al evento son principalmente familiares, por tal motivo se incrementa la presencia de adultos en un evento infantil en comparación a niños mayores de 4 años que invitan a sus amigos

Pocos padres de familia comentan que cuando los niños tienen alrededor de 10 años suelen ir sin necesidad de ir acompañados por sus papás.

#### 7. Necesidades de los entrevistados al organizar una fiesta de cumpleaños

Los entrevistados comentaron que la comida y la decoración del lugar son las principales opciones que eligen cuando necesitan contratar un servicio, ya que mencionan que son las que mayor tiempo les toma realizar y que el día del evento prefieren atender a los invitados en lugar de estar sirviendo la comida.

Los clientes que se entrevistaron mostraron en su mayoría el gusto de ellos mismos por organizar los eventos de sus hijos, aunque también comentaron que les gustaría tener cierta ayuda principalmente en la comida y en la decoración del lugar.

La piñata, los juegos, comida, pastel y dulces continúan siendo elementos principales para la realización de una fiesta ya que fueron los que más se mencionaron por parte de los padres de familia.

También se ve una tendencia por la mayoría de los papas entrevistados en buscar bajos costos o planes de financiamiento que se ve reflejado en el bajo número de invitados al evento, al los cuales asisten en su mayoría familiares.

## Competidores, productos y servicios sustitutos

Se realizaron investigaciones de 5 lugares para eventos infantiles establecidos en la ciudad de Zapopan, a través de páginas de internet, información de folletos y consultas vía telefónica, para conocer los productos y servicios que ofrecen y sus precios, la información recabada de de cada competidor se puede ver en el anexo 4.

Los competidores en su mayoría muestran una tendencia a ofrecer paquetes que cubran las principales necesidades de los clientes como comida, entretenimiento y juegos; algunos ofrecen servicios adicionales por ejemplo en botanas como el candy bar que manejan palomitas, espiropapas, churros, elotes, crepas, etc., meseros, renta de juegos adicionales y shows de entretenimiento.

En México el mercado está compuesto por un gran número de participantes, esto lo podemos apreciar al buscar proveedores dentro de las revistas especializadas, en páginas web y la sección amarilla por lo que no hay competidores dominantes del mercado, la mayoría ofrece paquetes que le incluyen varios servicios al cliente y con lo cual logran obtener mayores ingresos.

Dentro los productos sustitutos se tienen las franquicias de cadenas de alimentos como Burger King y Peter Piper Pizzas los cuales ofrecen la organización de fiestas de cumpleaños dentro de sus instalaciones donde ofrecen diversos paquetes que se pueden ver desde sus páginas de internet, los cuales pueden llegar a reemplazar a las terrazas o salones de fiesta, pero tienen ciertas limitantes principalmente en que el cliente se tienen que adecuar a la comida, servicio, juegos que ofrece el lugar y las fiestas no son tan privadas, ya que se comparte las instalaciones con otros consumidores.

Los proveedores de la industria de eventos infantiles son muy diversos pero se puede englobar principalmente en los lugares de realización del evento, comida y entretenimiento, por lo que el tener alianzas estratégicas con promovedores de servicio de comida y entretenimiento de calidad y que den un buen servicio al cliente lleva a todos los actores de la cadena de valor a ganar la lealtad del cliente y conseguir nuevos clientes con los invitados del mismo evento; el servicio de entretenimiento es de los que más cambian constantemente y más variedad se tiene de acuerdo al presupuesto del cliente en la revista mundokids se mencionan un gran cantidad de empresas que prestan este servicio en la ciudad de Zapopan, que pueden ir desde los clásicos brincolines y talleres para niños hasta los videojuegos, granjas y sesiones de fotos.

## Análisis FODA

El análisis FODA brinda un marco para identificar los factores internos más pertinentes (fortalezas y debilidades de la empresa) así como los externos (oportunidades y amenazas, por consiguiente sirve como filtro para identificar la información pertinente del análisis de la situación y fijar prioridades a los asuntos que deben abordar la estrategia y tácticas de mercadeo.<sup>10</sup>

La situación interna de dos factores controlables: fortalezas y debilidades, mientras que la situación externa se compone de dos factores no controlables: oportunidades y amenazas

Oportunidades:

- Crecimiento de la ciudad de Zapopan, por lo que se incrementa la demanda
- Tendencia a no realizar las fiestas infantiles en casa por falta de tiempo y espacio

---

<sup>10</sup> Metzger Michael y Donaire Victor, *Gerencia estrategia de Mercadeo*, Thomson, Mexico D.F., 2007.

- Necesidad del mercado meta por obtener servicios completos, como lo es celebrar una fiesta infantil en un lugar que le brinde todo lo necesario.

#### Fortalezas:

- Alianzas con proveedores para brindar un servicio más completo
- Asesoramiento en cuanto al menú alimenticio
- Opciones diferentes en cuanto a la alimentación dentro del evento
- Ubicación de la terraza en un lugar más atractivo y menos competitivo
- Información y mercadotecnia a través de Página web sobre nuestros servicios y de otros proveedores
- Posibilidad de ampliar el negocio a todo otro tipo de eventos como bautizos, primera comunión, fiesta escolares, etc.

#### Amenazas:

- Estacionalidad de los eventos
- Inestabilidad económica
- Facilidad de la competencia de copiar estrategias
- Las tendencias en entretenimiento infantil cambian rápidamente.
- Competencia bien posicionada en el mercado.

#### Debilidades:

- Capacidad ociosa en ciertos días de la semana
- No se tiene clientela
- Inversión inicial es alta para la ejecución del proyecto y el período de recuperación es a largo plazo



## Análisis de las cinco fuerzas competitivas de Porter

El modelo de las cinco fuerzas desarrollado por Porter (1987), es una herramienta utilizada para examinar el entorno competitivo en término de cinco fuerzas básicas donde juntas determinan la rentabilidad potencial de un sector determinado<sup>11</sup>, tomando esta herramienta se realizó un análisis para identificar las posibles barreras de entrada y comprender la situación actual del mercado.

### a) La amenaza de nuevos entrantes

Nos referimos a la posibilidad de que los ingresos de los negocios establecidos puedan disminuir por la fácil entrada de nuevos competidores, por lo que al analizar esta fuerza podemos encontrar en el mercado de fiestas infantiles, competidores con un posicionamiento en el mercado, costumbre de realizar fiestas en casas o parques y la fácil entrada de nuevos competidores y el fácil acceso a los clientes.

### b) Poder de negociación de los clientes

En este tipo de sector como es el de la renta de una terraza de fiestas, el servicio que se brinda es un commodity por lo que los clientes tienen un mayor poder de presión sobre los precios ya que incluso ellos mismos pueden buscar un lugar propio para la celebración de un evento.

### c) Poder de negociación de los proveedores

El poder de negociación de los proveedores es bajo debido a la alta competencia dentro del sector y además de la facilidad que se tendría de cambiar de proveedor o realizar las actividades o servicio que presta como en este plan de negocios se plantea

---

<sup>11</sup> Martínez Pedros Daniel y Milla Gutierrez Artemio, *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del Cuadro de Mando Integral*, Altair, España, s.f.

ofrecer un servicio de alimentos saludable, que pocos proveedores ofrecen dentro del mercado.

d) Amenaza de productos y servicios sustitutos

Se detectó a través de análisis de la competencia que la amenaza de servicios sustitutos es alta para el plan de negocios que se desea emprender debido a la gran variedad de terrazas, salones, e incluso los restaurantes, parques , casa club, etc. pueden servir como lugar para la celebración de un evento de fiesta infantil.

e) Intensidad de la rivalidad entre competidores de un sector

En esta última fuerza de Porter analizamos que la rivalidad de los competidores para este sector es fuerte donde las empresas compiten fundamentalmente en precio, calidad en el servicio que prestan y manejar una buena imagen para incrementar su cuota de mercado

La herramienta de las 5 fuerzas de Porter nos da claridad para conocer que la rivalidad dentro del sector es grande donde podremos encontrar barreras de precios, competidores con grandes inversiones en publicidad y excelente servicio, además de que los clientes tienen una gran diversidad de opciones para organizar sus eventos, por tal motivo se realizó un análisis de los problemas y necesidades de los clientes para tener una diferenciación y no entrar a una guerra directa con los competidores actuales.

## **Capítulo II**

### **Producto y servicio**

## Servicio de fiestas infantiles

La idea del proyecto consiste en crear para nuestro cliente una terraza para eventos infantiles, integrando los principales elementos que conllevan a la celebración del festejo ya sea que los proporcionemos directamente o como intermediario de otros proveedores, a través de servicios de calidad y alianzas con proveedores.

La escasez de tiempo por de los padres de familia en sus actividades y la incorporación de la mujeres en el campo laboral va en detrimento con el tiempo y atención que se le brinda a sus hijos, lo que se ve como una oportunidad para brindarles un servicio de eventos infantiles el cual disminuya el tiempo que le toma organizarlo y el festejo infantil sea de calidad que les permita disfrutarlo al mismo tiempo con sus hijos y despreocuparse por de actividades como: servir comida a los invitados, organizar los juegos para niños, limpiar el lugar, etc., aunque nuestro principal mercado son los padres de familia con las características antes mencionadas también se podrá ofrecer servicios a otros clientes que necesiten realizar un evento como eventos de escuelas, reuniones familiares, bautizos u cualquier otro evento que se pueda realizar en las instalaciones.

La diferenciación con los competidores se basa en ofrecer como opción un menú de comida saludable a través de la asesoría de un nutriólogo, que brinde una opción alternativa a los menús de comida actuales, con una tendencia de dar un alimento más nutritivo. Así mismo se le brindara al cliente información desde una página web permitiéndole conocer costos, disponibilidad de día del evento, combinaciones de paquetes que se ofrecerán en las instalaciones así como información y costos de los productos y servicios ofrecidos por otros proveedores para completar o ampliar la organización del evento con precios especiales.

## Local

Contar con el servicio y producto adecuado y realizar una investigación para conocer las necesidades del cliente, probablemente son los puntos más importantes que hay que tomar en cuenta antes de iniciar cualquier negocio. Sin embargo, el éxito o fracaso también depende de que se realice en el lugar y momentos adecuados.

Se planea iniciar operaciones en la ciudad de Zapopan una de las ciudades con mayor crecimiento económico y demográfico en Jalisco, la ubicación de la terraza se realizará en zonas de clase media o media alta en fraccionamientos residenciales con facilidad de accesos y cercana a escuelas primarias y de preescolar, con el fin de brindar un acercamiento al cliente de nuestro negocio y la facilidad de darse a conocer.

Dentro de las características del local se enlistan las siguientes:

- El promedio de invitados que pueda albergar la terraza será de 100 personas entre adultos y niños.
- En la iniciación del proyecto se ofrecerán horarios flexibles de 4 a 5 horas por evento, dando la facilidad al cliente empezar el evento de acuerdo a sus necesidades.
- Se contará con estacionamiento sin costo y personal de seguridad.
- Terraza con mesas y sillas para adultos y niños
- Mobiliario y equipo de cocina (refrigerador, horno y asador)
- Amplia área de jardín que servirá de espacio para juegos, shows de entretenimiento, piñatas, o cualquier otro servicio de proveedores externos.

- Equipo de sonido dentro de las instalaciones del lugar, con la facilidad de brindarle al cliente la reproducción de música infantil sin costo
- Juegos infantiles separado por edades, con área especial para maternas, contara alberca de pelotas, brincolines, resbaladillas y columpios.

Dentro del ofrecimiento de juegos infantiles se buscará asociarse con proveedores para mejorar la oferta de juegos para niños de acuerdo al presupuesto y gusto de los padres de familia, teniendo una mayor oferta y menor inversión en este rubro. Todo con la finalidad de crear un ambiente de diversión infantil y familiar con la mejor calidad y seguridad para ese día tan especial.

## Alimentos (menú)

En la actualidad se tienen una gran diversidad de banquetes para los eventos, pero muchos de ellos se caracterizan por su bajo valor nutricional, por tal motivo se ofrece una alternativa de un menú saludable para los eventos infantiles, sin ser una opción única dentro del servicio de alimentos, se tendrá una opción diferente cubriendo una necesidad de mejorar la alimentación de los niños y padres en los eventos infantiles.

Se motivará a los padres de familia con opciones más sanas, a través de un conocimiento más detallado sobre la comida saludable y las diferentes opciones que pueden tener bajo este concepto para los alimentos bebidas y botanas. En el anexo 1 se muestra el menú con diferentes opciones.

El hecho de contar con un servicio de banquete saludable, permitirá que los niños mantengan una alimentación sana, vinculada con actividades que le producen diversión, de esta manera la comida conocida como chatarra, no sería la única opción para las

fiestas infantiles, además de ser una alternativa viable para los padres de familia que no tienen tiempo de preparar comida para la fiesta.

El servicio de comida se podrá realizar de manera completa de acuerdo a la solicitud del cliente, llevando la comida al lugar del evento, con todo lo necesario para su consumo y personal a cargo de servir la comida y bebida, dejando las preocupaciones al cliente por esta actividad haciéndolo sentir como un invitado más.

Este servicio de comida saludable se realizará a través de un proveedor de servicio que cuente con las instalaciones necesarias para realizar el menú completo de acuerdo a los requerimientos solicitados y para el volumen de personas que asistirán al evento, esto con el fin de no realizar inversiones en activos fijos ya que la comida saludable no será la única opción de alimentos.

## Precio

Para la fijación del precio de la renta de la terraza se consideraran todos los gastos operación y mantenimiento del lugar, buscando ser siempre competitivos con referencia a los competidores ubicados dentro de la misma zona, buscando tener una mayor penetración al mercado debido a que el primer año de operación es el inicio del negocio y buscando atraer clientes los precios de la terraza se mantendrán bajos conforma a la competencia posteriormente incrementándose entre un 15% durante el segundo año y un 15% al tercer año para los días en fin de semana, a partir de este del 4 año se mantendrá en los mismos niveles de la competencia solamente con incrementos inflacionarios, los precios correspondientes por cada año se muestran a continuación:

Año 1		
Día	Precio MXN	Horario
Martes a Jueves	\$ 1,300	Renta por 4 hrs
Viernes	\$ 1,900	Renta por 5 hrs
Sábado	\$ 2,800	Renta por 5 hrs
Domingo	\$ 2,800	Renta por 5 hrs

Año 2		
Día	Precio MXN	Horario
Martes a Jueves	\$ 1,300	Renta por 4 hrs
Viernes	\$ 1,900	Renta por 5 hrs
Sábado	\$ 3,200	Renta por 5 hrs
Domingo	\$ 3,200	Renta por 5 hrs

Año 3		
Día	Precio MXN	Horario
Martes a Jueves	1,300	Renta por 4 hrs
Viernes	2,100	Renta por 5 hrs
Sábado	3,700	Renta por 5 hrs
Domingo	3,700	Renta por 5 hrs

Los precios por servicios prestados por proveedores externos y que hayan sido contratados a través de algún paquete a los clientes como alimentos, juegos inflables, entretenimiento, etc., se mantendrán negociado un precio fijo cobrándoles a los proveedores una comisión entre 10% y 15% del costo.

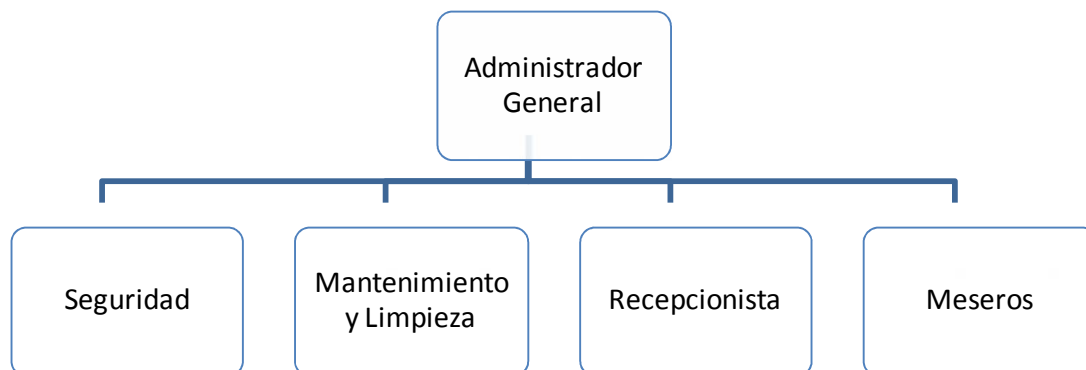
Se solicitará al cliente la liquidación del pago total el día del evento de los servicios contratados y para apartar la fecha se solicitará un 25% de pago por adelantado.



## Estructura Organizacional

La reforma laboral del 2012 dan una gran ventaja a este tipo de empresas en la contratación y pago de por hora a los empleados ya que el servicio que se brinda a los cliente no llegan a durar más de las 8 horas laborales y los eventos de fiestas infantiles no se realizan los 7 días de la semana, como se mencionan en varios artículos esta reforma laboral beneficia más a las empresas que a los trabajadores<sup>12</sup> y las empresas de servicios para eventos infantiles no son la excepción

Al ser una empresa pequeña y familiar no se requiere una contratación excesiva de personal, se buscará crear un equipo multidisciplinario con el que se cubra todas las actividades necesarias para la operación de la terraza, como se describe en el organigrama que se muestra a continuación:



---

<sup>12</sup> Vargas Hernández Ivonne, «Reforma laboral: pros y contras», en *CNN Expansión*, Ciudad de Mexico, 4 de octubre de 2012, desde <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2012/10/03/reforma-laboral-pros-y-contras>.

La descripción de las principales actividades de cada puesto son:

- El administrador general estará a cargo de brindar el direccionamiento administrativo y operativo para el funcionamiento de la empresa, contactar a proveedores de la industria para hacer alianzas.
- La recepcionista será encargada de recibir y transmitir la información de los servicios que requiere el cliente; así mismo brindar apoyo durante el desarrollo del esquema completo de la prestación del servicio.
- El personal de seguridad estará a cargo de cuidar de cuidar la entrada a la terraza así como del estacionamiento dando la bienvenida a los asistentes del evento y brindado apoyo cuando sea necesario.
- El personal de mantenimiento y limpieza tendrá las funciones de que las instalaciones se encuentren en perfectas condiciones para la organización de los eventos.
- Los Meseros se contrataran por evento de acuerdo a la solicitud de clientes, encargándose de ofrecer un buen servicio y estar pendiente de las necesidades de los asistentes

## Publicidad y promoción

“La función primaria de la publicidad para los consumidores es brindar información de los productos y servicios que de otra forma probablemente no hubieran conocido. La publicidad ayuda al consumidor a que tome la mejor decisión acerca de los productos acerca de un producto que le resolverá un problema. Para los negocios, unos de los roles

principales de la publicidad es contribuir al lanzamiento de nuevos productos, aumentar las ventas de marcas existentes y mantener las ventas de las marcas maduras.”<sup>13</sup>

El objetivo durante el primer año de la terraza de eventos infantiles en la parte de publicidad es dar a conocer a nuestro mercado meta, el servicio de la terraza a precios competitivos, facilidad de horarios y posibilidad de armar paquetes de juegos, entretenimiento, alimentos, decoración entre otros para que su fiesta infantil sea un éxito.

El principal medio a utilizar en la publicidad será la promoción de los servicios de la terraza a través de una página web, lo cual facilitará a los clientes encontrar información sobre la terraza y los servicios que se ofrecen; actualmente existen sitios de internet que ofrecen el desarrollo de páginas web gratis como webnode, adwords y actiwebs entre otros, sin embargo el desarrollo y diseño de la página web se realizará a través de un tercero cuidando algunos puntos importantes como menciona la empresa Sustam<sup>14</sup> al ofrecer sus servicios:

- Accesibilidad web: el contenido del sitio web sea accesible para todo tipo de personas, incluyendo aquellas con alguna discapacidad.
- Usabilidad o navegabilidad web: aquel sitio web que muestra todo de una forma clara y sencilla para el usuario.
- Ubicuidad web: optimización del sitio web para que este sea fácilmente localizado por los diferentes motores de búsqueda, directorios y meta rastreadores.
- Compatibilidad web: un sitio web que sea visible de forma correcta en la mayoría de los navegadores y sistemas operativos existentes.

---

<sup>13</sup> Russell J. Thomas *et al.*, *Publicidad*, Pearson educación de México, Mexico, 2005.

<sup>14</sup> *Diseño Web: Factores Clave y de calidad para un Sitio Web*, s.f., Sustam.com, desde [http://www.sustam.com/diseño\\_web\\_factoresclave.php](http://www.sustam.com/diseño_web_factoresclave.php).

- Creatividad e innovación web: un sitio web que sea diferente a los demás, agradable, en el que el usuario regrese debido a su diseño, manejo y calidad de la información.

Además de la página web durante el primer año se realizará publicidad dentro de revistas especializadas de eventos infantiles dirigidas a nuestro mercado meta para promocionar y dar a conocer la terraza, con el fin de lograr ir incrementado nuestros clientes.

## Alianzas estratégicas con proveedores

Las alianzas estratégicas encierran una gran promesa para las pequeñas empresas, al combinar recursos con socios cuidadosamente seleccionados, las pequeñas empresas pueden incrementar su fuerza competitiva, y lograr objetivos que pueden ser costosos o demasiados difíciles para lograrlos por su cuenta<sup>15</sup>.

El tener alianzas estratégicas en la industria de fiestas infantiles te hace ser un competidor más fuerte ya que la variedad de servicios a ofrecer crece y los clientes pueden encontrar satisfacer sus necesidades al tener todo en un solo lugar, actualmente la competencia ofrece paquetes que le incluye todos los servicios para la organización de fiestas infantiles, por lo que se vuelve necesario el poder ofrecer también esos servicios, por tal motivo parte de la estrategia en el emprendimiento del proyecto será realizar alianzas estratégicas con proveedores de servicio, principalmente enfocados en el área alimenticia, entretenimiento, juegos y decoración para fiestas infantiles, los cuales

---

<sup>15</sup> Longenecker Justin G et al., *Administración de pequeñas empresas, lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*, Cengage, México, 2010.

complementarían nuestro servicio de renta de terraza, logrando dar un servicio mayor a nuestros clientes y con la opción de elegir lo que más se adapte a su presupuesto.

La selección de proveedores para realizar alianzas estratégicas, se basará en proveedores que cuenten con una buena imagen y calidad de servicio, debido a que la experiencia de los clientes tiene que ser buena en su totalidad, ya que un servicio mal realizado por algunos de los proveedores puede dañar nuestra imagen con el cliente.

## Operación

La capacidad de operación al iniciar se toma un poco conservadora ya que al analizar la competencia la mayoría opera dos eventos por día durante los fines de semana con horarios fijos, al manejar un evento por día se da mayor flexibilidad a los clientes para atender un horario que se adecue a sus necesidades, y se disponen de 51 semanas durante el año, tomando una semana para realizar mantenimiento a la terraza, se estima realizar 1 evento el sábado y 1 el domingo por semana y 1 evento en promedio cada dos semanas en cualquier día de miércoles a viernes, siendo 2.5 eventos por semana realizando 127.5 eventos durante el primer año de operación, posteriormente a partir del segundo año se planea incrementar los eventos a 3 por semana con una base de clientes ya establecida, también se buscará incrementar los ingresos a través de mayor uso de las instalaciones promoviendo la renta de la terraza para eventos escolares y reuniones familiares de tal forma que se puedan aprovechar los días con menor afluencia.

## Marco jurídico y legal

El régimen fiscal bajo el que operará la terraza será como persona física de pequeños contribuyentes, el cual como se menciona en la página del SAT es un régimen opcional, en él pueden pagar sus impuestos las personas físicas que se dediquen al comercio, industria, transporte, actividades agropecuarias, ganaderas, siempre que estimen que sus ingresos o ventas no serán mayores a \$2'000,000.00 al año, además de no expedir facturas ni desglosar el IVA.<sup>16</sup> Se optó por este régimen debido a que es una empresa familiar (principalmente madre e hijo) y la mayor aportación en dinero sin considerar el préstamo bancario la realizará una persona con alrededor del 80% de la inversión inicial.

## Tramites

Existen varios trámites que se deben cumplir para la apertura de un negocio, estos son requeridos por ley para operar de manera formal, México tiene tres niveles distintos de gobierno (federal, estatal y municipal), y los tres requieren al menos un trámite de inscripción para que la nueva empresa pueda funcionar formal y legalmente. Hay estudios que demuestran que en promedio, se demoran 29 días sin embargo, este tiempo varía dependiendo del tipo de empresa que se desee comenzar y del lugar físico donde se realicen los trámites<sup>17</sup>, por lo que a continuación se enumeran cuales son:

---

<sup>16</sup> *Régimen de pequeños contribuyentes*, s.f., SAT Servicio de Administración Tributaria, desde [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/princ\\_fisc\\_p/131\\_8183.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/princ_fisc_p/131_8183.html).

<sup>17</sup> *Información relevante para saber como abrir una empresa nueva en México*, s.f., Secretaria de Economía, desde [http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/siam/posicionamiento/articulos\\_posicionamiento/Informaci%C3%B3n%20relevante%20para%20saber%20c%C3%B3mo%20abrir%20una%20empresa%20nueva%20en%20M%C3%A9xico.pdf](http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/siam/posicionamiento/articulos_posicionamiento/Informaci%C3%B3n%20relevante%20para%20saber%20c%C3%B3mo%20abrir%20una%20empresa%20nueva%20en%20M%C3%A9xico.pdf).

1. Inscripción al Registro Federal de Contribuyentes, este trámite es federal y el régimen seleccionado para esta empresa es de persona física de pequeños contribuyentes, este trámite se puede iniciar a través de internet o en las administraciones locales de servicio al contribuyente, los requisitos son:

- Solicitud de preinscripción
- Comprobante de domicilio
- Original y copia de identificación oficial
- CURP

2. Alta de contribuyentes que tengan su domicilio en el Estado de Jalisco, los requisitos para este trámite de acuerdo a la Secretaria de Finanzas del Gobierno de Jalisco son:

- Formato SEFIN-1
- Acta de nacimiento
- Identificación oficial con fotografía
- Comprobante de domicilio
- Croquis de ubicación de domicilio fiscal
- CURP

En el anexo 5 se muestra las cuotas fijas bimestrales para el ejercicio fiscal 2013 de acuerdo a periódico oficial del Estado de Jalisco<sup>18</sup>

---

<sup>18</sup> *El Estado de Jalisco Periodico Oficial*, de enero de 2013, desde [http://app.jalisco.gob.mx/PeriodicoOficial.nsf/BusquedaAvanzada/F9FE702AD5257C3986257B09005B5B1F/\\$FILE/01-26-13-III.pdf](http://app.jalisco.gob.mx/PeriodicoOficial.nsf/BusquedaAvanzada/F9FE702AD5257C3986257B09005B5B1F/$FILE/01-26-13-III.pdf).

3. Los trámites municipales para el alta como persona física que encuentran en la página de internet del Gobierno Municipal de Zapopan son:

- Llenado formato múltiple
- Copia de identificación
- Original y copia de comprobante de domicilio
- Plano de distribución del local comercial
- Dictamen favorable de Protección Civil
- Dictamen procedente de Ecología Municipal
- Carta de anuencia de Asociación vecinal



## **CAPÍTULO III**

### **Análisis Financiero**

## Análisis de rentabilidad

El proceso de análisis consiste en la aplicación de un conjunto de técnicas e instrumentos analíticos a los estados financieros para deducir una serie de medidas y relaciones que son significativas y útiles para la toma de decisiones<sup>19</sup>, las cuales permitirán determinar la conveniencia de poner en práctica el proyecto, así como los recursos económicos necesarios para la operación del proyecto.

## Inversión inicial

La inversión inicial estimada para la operación de la terraza de fiestas infantiles se contempla principalmente en el terreno y la infraestructura del lugar, el costo promedio de terreno por metro cuadrado se tomó como referencia los publicados en la página de internet del grupo inmobiliario Success<sup>20</sup> y el metro cuadrado de construcción se basó en el promedio estimado por el arquitecto Carlos Maltrana publicado en la página web Soy Entrepreneur<sup>21</sup>, Además del terreno y construcción como inversión inicial también se contempla los gastos de mobiliario y equipo; en el anexo 6 se presenta el monto estimado de inversión inicial por cada rubro dando un total de 1,456,133 pesos.

Para la inversión inicial se estima obtener un crédito bancario sobre la mitad del costo de terreno, a una tasa promedio de 14.5% anual fija más IVA a un plazo de 10 años, en el anexo 6 se muestra una cotización realizada en la página de internet del Banco Banorte incluyendo los costos por comisión y notariales, y en el anexo 7 se muestra la tabla de amortización mensual por el periodo de 10 años.

---

<sup>19</sup> Rubio Dominguez Pedro, *Manual de análisis financiero*, IEGE Publicaciones, 2007, desde [www.eumed.net/libros/2007a/255/](http://www.eumed.net/libros/2007a/255/).

<sup>20</sup> *Precios por metro cuadrado Colonias Zona Metropolitana de Guadalajara*, Inmobiliaria, octubre de 2012, Tu casa en venta, desde <http://www.tucasaenventa.com.mx/2012/10/21/precios-por-m2-colonias-zona-metropolitana-de-guadalajara/>.

<sup>21</sup> Castaños Rocha Nora, *op. cit.*

## Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras se utilizan para evaluar y pronosticar los planes de negocio, para estimar las necesidades financieras futuras y para establecer presupuestos internos de operación<sup>22</sup>

Se elaboraron estados financieros proforma para determinar la rentabilidad del proyecto a un horizonte de 5 años, en el cual se estimaron incremento en costos y gastos del 5%, reflejando los primeros dos años con pérdida y baja rentabilidad debido a la estrategia de bajos precios y escenarios conservadores con el fin de tener una rápida penetración en el mercado, a partir del tercer año se muestra una mayor rentabilidad con respecto a las ventas incrementando las ventas y continuando un escenario conservador de 3 eventos por semana, y durante el cuarto año se realiza una inversión para mantenimiento de la terraza sin verse afectada la rentabilidad. A continuación se muestra el estado de resultado proforma del primer año y otro para una proyección de 5 años:

Estado de Resultados:												
	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
<b>Ingresos:</b>												
Ingresos renta de terraza	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362	\$28,362
Ingresos por comisiones	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248	\$3,248
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>	<b>\$31,609</b>
<b>Egresos:</b>												
Gastos fijos	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700	\$1,700
Sueldos y salarios	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000	\$16,000
Gastos Variables	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500	\$3,500
Otros (Publicidad y Promoción)	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333	\$333
<b>Total costos</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>	<b>\$21,533</b>
<b>EBITDA</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>	<b>\$10,076</b>
Depreciación	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915	\$3,915
<b>Utilidad (pérdida) de Operación</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>	<b>\$6,161</b>
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	\$5,090	\$7,338	\$7,312	\$7,285	\$7,258	\$7,230	\$7,202	\$7,174	\$7,145	\$7,116	\$7,087	\$7,057
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$1,071</b>	<b>-\$1,177</b>	<b>-\$1,151</b>	<b>-\$1,124</b>	<b>-\$1,097</b>	<b>-\$1,069</b>	<b>-\$1,041</b>	<b>-\$1,013</b>	<b>-\$984</b>	<b>-\$955</b>	<b>-\$926</b>	<b>-\$896</b>
ISR Persona Fija	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555	\$1,555
PTU (10%)	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Utilidad (pérdida) neta</b>	<b>-\$484</b>	<b>-\$2,732</b>	<b>-\$2,706</b>	<b>-\$2,679</b>	<b>-\$2,652</b>	<b>-\$2,624</b>	<b>-\$2,596</b>	<b>-\$2,568</b>	<b>-\$2,539</b>	<b>-\$2,510</b>	<b>-\$2,481</b>	<b>-\$2,451</b>
<b>Margen de utilidades netas:</b>	<b>-1.53%</b>	<b>-8.64%</b>	<b>-8.56%</b>	<b>-8.48%</b>	<b>-8.39%</b>	<b>-8.30%</b>	<b>-8.21%</b>	<b>-8.12%</b>	<b>-8.03%</b>	<b>-7.94%</b>	<b>-7.85%</b>	<b>-7.76%</b>

<sup>22</sup> Calberg Conrad, *Análisis de los negocios con excel XP*, Pearson educación de México, Estado de Mexico, 2003.

<b>Estado de Resultados:</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Ingresos:</b>					
Ingresos renta de terraza	\$340,338	\$431,268	\$493,620	\$518,301	\$544,216
Ingresos por comisiones	\$38,970	\$51,960	\$64,500	\$67,725	\$71,111
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$379,308</b>	<b>\$483,228</b>	<b>\$558,120</b>	<b>\$586,026</b>	<b>\$615,327</b>
<b>Egresos:</b>					
Gastos fijos	\$20,400	\$21,420	\$22,491	\$23,616	\$24,796
Sueldos y salarios	\$192,000	\$201,600	\$211,680	\$222,264	\$233,377
Gastos Variables	\$42,000	\$44,100	\$46,305	\$48,620	\$51,051
Otros (Publicidad y Promción)	\$4,000	\$4,200	\$4,410	\$4,631	\$4,862
<b>Total costos</b>	<b>\$258,400</b>	<b>\$271,320</b>	<b>\$284,886</b>	<b>\$299,130</b>	<b>\$314,087</b>
<b>EBITDA</b>	<b>\$120,908</b>	<b>\$211,908</b>	<b>\$273,234</b>	<b>\$286,896</b>	<b>\$301,240</b>
Depreciación	\$46,978	\$46,978	\$46,978	\$51,978	\$49,704
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>	<b>\$73,930</b>	<b>\$164,930</b>	<b>\$226,256</b>	<b>\$234,918</b>	<b>\$251,537</b>
Gastos financieros corto plazo	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Gastos financieros largo plazo	\$84,294	\$82,237	\$77,224	\$71,423	\$64,709
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>-\$10,364</b>	<b>\$82,693</b>	<b>\$149,032</b>	<b>\$163,495</b>	<b>\$186,828</b>
ISR Persona Fija	\$18,660	\$19,593	\$20,573	\$21,601	\$22,681
PTU (10%)	\$0	\$8,269	\$14,903	\$16,349	\$18,683
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>	<b>-\$29,024</b>	<b>\$54,831</b>	<b>\$113,556</b>	<b>\$125,544</b>	<b>\$145,463</b>
<b>Margen de utilidades netas:</b>	<b>-7.65%</b>	<b>11.35%</b>	<b>20.35%</b>	<b>21.42%</b>	<b>23.64%</b>

<b>Balance General</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>	<b>Acumulado</b>
<b>Activo circulante</b>					
Caja y bancos	\$54,625	\$128,903	\$258,410	\$400,755	\$505,830
Clientes	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total activo circulante</b>	<b>\$54,625</b>	<b>\$128,903</b>	<b>\$258,410</b>	<b>\$400,755</b>	<b>\$505,830</b>
<b>Activo Fijo</b>					
Terreno	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000
Edificio	\$320,000	\$320,000	\$320,000	\$320,000	\$320,000
Mobiliario y equipo	\$127,035	\$127,035	\$127,035	\$177,035	\$177,035
Computadoras y maquinas	\$9,098	\$9,098	\$9,098	\$9,098	\$9,098
Depreciación acumulada:	-\$46,978	-\$93,956	-\$140,934	-\$192,912	-\$242,616
<b>Total activo fijo</b>	<b>\$1,409,155</b>	<b>\$1,362,177</b>	<b>\$1,315,199</b>	<b>\$1,263,221</b>	<b>\$1,263,518</b>
<b>Activo total</b>	<b>\$1,463,780</b>	<b>\$1,491,080</b>	<b>\$1,573,609</b>	<b>\$1,663,976</b>	<b>\$1,769,347</b>
<b>Pasivo Circulante</b>					
Proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total pasivo circulante</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Pasivo largo plazo</b>	<b>\$492,804</b>	<b>\$464,340</b>	<b>\$431,400</b>	<b>\$393,281</b>	<b>\$349,168</b>
<b>Pasivo total</b>	<b>\$492,804</b>	<b>\$464,340</b>	<b>\$431,400</b>	<b>\$393,281</b>	<b>\$349,168</b>
<b>Capital Contable</b>					
Capital	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000	\$1,000,000
Resultados de ejercicios anteriores	\$0	-\$29,024	\$25,807	\$139,364	\$264,908
Resultado del ejercicio	-\$29,024	\$54,831	\$113,556	\$125,544	\$145,463
<b>Total Capital Contable</b>	<b>\$970,976</b>	<b>\$1,026,740</b>	<b>\$1,142,209</b>	<b>\$1,270,695</b>	<b>\$1,420,180</b>
<b>Pasivo + Capital</b>	<b>\$1,463,780</b>	<b>\$1,491,080</b>	<b>\$1,573,609</b>	<b>\$1,663,976</b>	<b>\$1,769,347</b>

## Liquidez

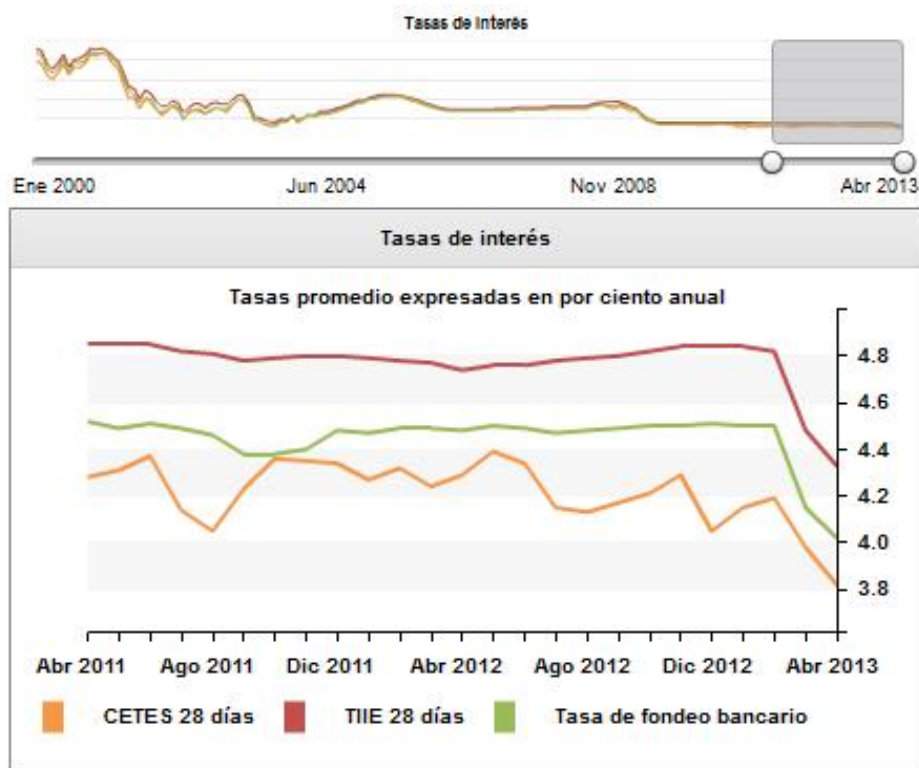
También se realizó un flujo de efectivo con el fin de revisar la liquidez que se pudiera tener los primeros años para solventar los gastos y pagos de financiamientos en que se incurrirán en estos periodos sin afectar la marcha del negocio, en particular este tipo de negocios no suelen tener créditos de proveedores y tampoco realizan algún crédito a sus clientes por lo que es muy importante tener un buen flujo de efectivo para poder solventar los gastos en que se incurran.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Flujo de Efectivo</b>					
Utilidad neta	-\$29,024	\$54,831	\$113,556	\$125,544	\$145,463
+ depreciación y amortización	-\$46,978	-\$46,978	-\$46,978	-\$51,978	-\$49,704
<b>Generación bruta de efectivo</b>	<b>\$17,954</b>	<b>\$101,809</b>	<b>\$160,534</b>	<b>\$177,522</b>	<b>\$195,167</b>
<u>Usos Operativos</u>					
Financiamiento a cuentas por cobrar	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total usos operativos</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<u>Fuentes Operativas</u>					
Financiamiento (amort.) proveedores	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total fuentes operativas</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Generación Neta Operativa</b>	<b>\$17,954</b>	<b>\$101,809</b>	<b>\$160,534</b>	<b>\$177,522</b>	<b>\$195,167</b>
<u>Fuentes de Instituciones de Crédito</u>					
Financ. (amort.) créditos bancarios largo plazo	\$492,804	-\$28,464	-\$32,940	-\$38,119	-\$44,113
<b>Financiamiento neto con costo</b>	<b>\$492,804</b>	<b>-\$28,464</b>	<b>-\$32,940</b>	<b>-\$38,119</b>	<b>-\$44,113</b>
<u>Usos no operativos</u>					
Inversión en activos fijos	-\$1,456,133	\$0	\$0	\$0	-\$50,000
<b>Total de usos no operativos</b>	<b>-\$1,456,133</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>-\$50,000</b>
<u>Fuentes no operativas</u>					
Aportaciones (retiros) de capital	\$1,000,000	\$0	\$0	\$0	\$0
<b>Total fuentes no operativas</b>	<b>\$1,000,000</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>	<b>\$0</b>
<b>Generación de flujo no operativa</b>	<b>\$36,671</b>	<b>-\$28,464</b>	<b>-\$32,940</b>	<b>-\$38,119</b>	<b>-\$94,113</b>
<b>Generación Neta de Flujo de Efectivo</b>	<b>\$54,625</b>	<b>\$73,345</b>	<b>\$127,595</b>	<b>\$139,403</b>	<b>\$101,054</b>
<b>Caja inicial</b>	<b>\$0</b>	<b>\$54,625</b>	<b>\$127,970</b>	<b>\$255,565</b>	<b>\$394,968</b>
<b>Caja final</b>	<b>\$54,625</b>	<b>\$127,970</b>	<b>\$255,565</b>	<b>\$394,968</b>	<b>\$496,021</b>

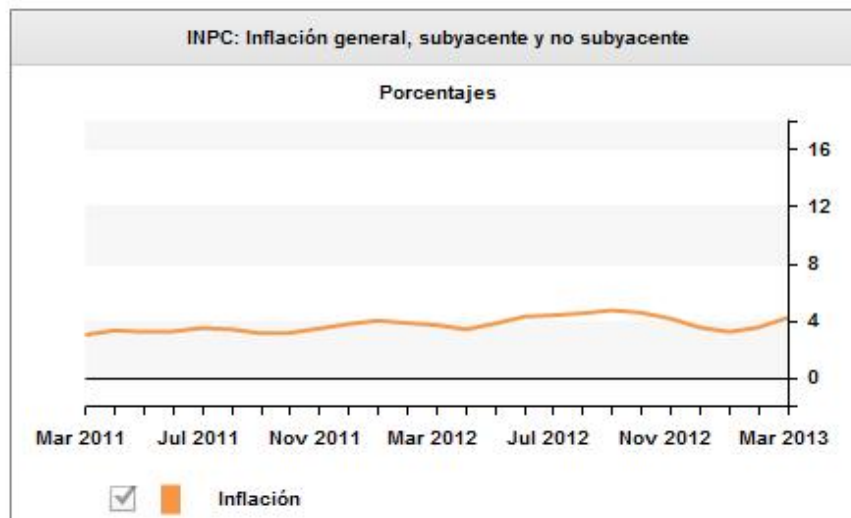
## Valor presente neto

El valor presente neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero que es el de maximizar la inversión, el valor presente neto depende de varias variables que es el de la inversión inicial, la inversión durante la operación, los flujos de efectivo, la tasa de descuento y el número de periodos que dura el proyecto<sup>23</sup>.

Para el cálculo del valor presente neto para este proyecto se utiliza una tasa de descuento del 5% considerando este porcentaje por arriba de las tasas de interés publicadas en la página del Banco de México y por arriba de la inflación de lo que va del año 2013



<sup>23</sup> Didier Vaquiro Jose, *El valor presente neto*, s.f., PYMES Futuro, desde <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>.



Cabe señalar que los rendimientos del cete a 28 días al cierre de Abril del 2013 se sitúan en niveles inferiores al alza de los precios anual como se menciona en la página de CNN “Las tasas de interés de los Certificados de la Tesorería (Cetes) registraron resultados mixtos en la subasta número 18 de este año, en la que el instrumento a 28 días se situó en 3.76%, sin variación respecto a la semana anterior. Este rendimiento es inferior a la inflación anual de 4.72% de la primera quincena de abril, de acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).”<sup>24</sup>

Los periodos considerados dentro del cálculo de valor presente neto son de 10 años debido a que en este periodo de tiempo se alcanza a recuperarla inversión a si como además el crédito bancario solicitado también llega a su término, sin embargo este periodo de tiempo no significa que el proyecto llegue a su fin, ya que es un negocio familiar con una duración de largo plazo, y cuyo márgenes de utilidad sobre venta se incrementan hasta un 30% una vez concluido el pago del financiamiento del terreno

El cálculo de valor presente neto para este proyecto es de 62,550 pesos con una inversión de 1,000,000 pesos por el periodo de 10 años con una tasa de descuento de

<sup>24</sup> «La inflación golpea rendimiento de Cetes», en *CNN Expansión*, de abril del de 2013, desde <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/04/29/los-cetes-a-28-dias-se-ubican-en-376>.

5%, siendo este monto positivo podemos afirmar que la inversión incrementa su valor durante este periodo de tiempo.

## Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) es una tasa de rendimiento utilizada en el presupuesto de capital para medir y comparar la rentabilidad de las inversiones. También se conoce como la tasa de flujo de efectivo descontado de retorno. Las tasas internas de retorno se utilizan habitualmente para evaluar la conveniencia de las inversiones o proyectos. Cuanto mayor sea la tasa interna de retorno de un proyecto, más deseable será llevar a cabo el proyecto.

El cálculo para la TIR en este proyecto se tomo un periodo de 10 años que es el plazo en que se recupera la inversión, siendo esta de un 6% por arriba de la inflación y de las tasa de interés de los Cetes.

<b>Inversión</b>	- 1,000,000.00
<b>FE año1</b>	54,624.99
<b>FE año2</b>	73,345.09
<b>FE año3</b>	127,594.61
<b>FE año4</b>	139,402.95
<b>FE año5</b>	101,053.72
<b>FE año6</b>	163,530.96
<b>FE año7</b>	176,637.99
<b>FE año8</b>	189,573.69
<b>FE año9</b>	204,873.05
<b>FE año10</b>	220,071.29
<b>TIR</b>	6%



## Conclusiones

Actualmente la ciudad de Zapopan es una de las ciudades con mayor crecimiento poblacional y muchos de los hogares no cuentan con el espacio suficiente para realizar un evento de fiesta infantil, por esta razón se decidió crear el proyecto de terraza para fiestas infantiles el cual cubre esta necesidad.

La competencia en el sector de fiestas infantiles es alta por lo que es importante diferenciarse de los demás, por lo que se estarán considerando la ubicación, precio, calidad en el servicio y horarios que se adecuan a los clientes para estar siempre como su primera opción.

Las alianzas con los proveedores es otro punto a considerar como importante para poder brindar un servicio completo durante el evento, ya que no se poseen todos los recursos humanos, materiales, ni económicos, para la realización de un evento en todos sus aspectos.

En cuanto al análisis financiero se concluye que a largo plazo el proyecto es rentable, obteniendo rentabilidades de alrededor de un 20% a partir del quinto año y cercanas al 30% a partir del decimo año, afectado en la utilidad durante los primeros años por la estrategia de precios bajos y un menor número de fiestas, además de los gastos financieros de la compra del terreno que ascienden alrededor de un 20% de las ventas.

El análisis del proyecto se realizó con la actividad principal del giro del proyecto que son las fiestas infantiles, sin embargo también se pueden obtener ingresos por reuniones familiares, posadas, celebración de bautizos, primera comunión, eventos escolares, entre otros lo que puede llegar a incrementar la rentabilidad del proyecto.

Invertir en una terraza de fiestas infantiles además de ser rentable, fomenta el convivio familiar, el esparcimiento y las relaciones sociales, además de contribuir a la creación de empleos.

## Notas:

1. SE entrega Galardón Pyme 2012, Notas relevantes, México Emprende, s.f., obtenido el 26 de agosto de 2012, desde <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/notas-relevantes/8423-se-entrega-galardon-pyme-2012>
2. Cf. Rocha N. Abre un salón de fiestas infantiles. (Spanish). *Entrepreneur Mexico* [serial online]. December 2011, pp.32-34.
3. Cf. María Sara Gallo Solana y Ahira Teresa Villalobos Ruvalcaba, *Estudio Mercadológico para conocer las características del mix de mercadotecnia que el mercado de clase media de la ZMG requiere para la contratación de un jardín de fiestas infantiles*, tesis, ITESO, Guadalajara, 2003, pp. 81 y 82.

## Bibliografía:

- Ponce Karla, «Abre un salon de fiestas infantiles», en *Entrepreneur Mexico*, , núm. En, s.f., 34–39.
- Cf. Rocha N, «Abre un salón de fiestas infantiles», en *Entrepreneur Mexico*, diciembre de 2011, 32–34.
- Conrad, Calberg, *Análisis de los negocios con excel XP*, Pearson educación de México, Estado de Mexico, 2003.
- Daniel, Martínez Pedros, y Artemio, Milla Gutierrez, *La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del Cuadro de Mando Integral*, Altair, España, s.f.
- Diseño Web: Factores Clave y de calidad para un Sitio Web*, s.f., Sustam.com, desde [http://www.sustam.com/disenio\\_web\\_factoresclave.php](http://www.sustam.com/disenio_web_factoresclave.php) .
- El Estado de Jalisco Periodico Oficial*, de enero de 2013, desde [http://app.jalisco.gob.mx/PeriodicoOficial.nsf/BusquedaAvanzada/F9FE702AD5257C3986257B09005B5B1F/\\$FILE/01-26-13-III.pdf](http://app.jalisco.gob.mx/PeriodicoOficial.nsf/BusquedaAvanzada/F9FE702AD5257C3986257B09005B5B1F/$FILE/01-26-13-III.pdf) .
- Gallo Solana, Maria sara, y Villalobos Ruvalcaba, Ahira Teresa, *Estudio Mercadológico para conocer las características del mix de mercadotecnia que el mercado de clase media de la ZMG requiere para la contratación de un jardín de fiestas infantiles*, ITESO, Guadalajara Jalisco, 2003.
- Información relevante para saber como abrir una empresa nueva en México*, s.f., Secretaria de Economía, desde [http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/siam/posicionamiento/articulos\\_posicionamiento/Informaci%C3%B3n%20relevante%20para%20saber%20c%C3%B3mo%20abrir%20una%20empresa%20nueva%20en%20M%C3%A9xico.pdf](http://www.siam.economia.gob.mx/work/models/siam/posicionamiento/articulos_posicionamiento/Informaci%C3%B3n%20relevante%20para%20saber%20c%C3%B3mo%20abrir%20una%20empresa%20nueva%20en%20M%C3%A9xico.pdf) .
- Ivonne, Vargas Hernández, «Reforma laboral: pros y contras», en *CNN Expansión*, Ciudad de Mexico, 4 de octubre de 2012, desde <http://www.cnnexpansion.com/mi-carrera/2012/10/03/reforma-laboral-pros-y-contras> .
- J. Thomas, Russell et al., *Publicidad*, Pearson educación de México, Mexico, 2005.
- Jose, Didier Vaquiro, *El valor presente neto*, s.f., PYMES Futuro, desde <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm> .
- Justin G, Longenecker et al., *Administración de pequeñas empresas, lanzamiento y crecimiento de iniciativas emprendedoras*, Cengage, México, 2010.
- Karla, Ponce, «Abre un salon de fiestas infantiles», en *Entrepreneur Mexico*, , núm. En, s.f., 34–39.
- Kimberly, Palmer, *Alternatives to Pricey Kids' Birthday Parties*, 28 de septiembre de 2011, Money, desde <http://money.usnews.com/money/personal-finance/articles/2011/09/28/alternatives-to-pricey-kids-birthday-parties> .

«La inflación golpea rendimiento de Cetes», en *CNN Expansión*, de abril del de 2013, desde <http://www.cnnexpansion.com/economia/2013/04/29/los-cetes-a-28-dias-se-ubican-en-376> .

Mariana F., Maldonado, «Que la fiesta de tu hijo te cueste menos», en *CNN Expansión*, 24 de junio de 2011, desde <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2011/06/20/exigencia-infantil-039infla039-presupuesto> .

Michael, Metzger, y Victor, Donaire, *Gerencia estrategia de Mercadeo*, Thomson, Mexico D.F., 2007.

Naresh K, Malhotra, *Investigación de Mercados*, Prentice Hall, Mexico, s.f.

Nora, Castaños Rocha, *Abre un salón de fiestas infantiles*, de abril de 2012, Soyentrepreneur.com, desde <http://www.soyentrepreneur.com/19566-abre-un-salon-de-fiestas-infantiles1.html> .

Pedro, Rubio Dominguez, *Manual de análisis financiero*, IEGE Publicaciones, 2007, desde [www.eumed.net/libros/2007a/255/](http://www.eumed.net/libros/2007a/255/) .

*Precios por metro cuadrado Colonias Zona Metropolitana de Guadalajara*, Inmobiliaria, octubre de 2012, Tu casa en venta, desde <http://www.tucasaenventa.com.mx/2012/10/21/precios-por-m2-colonias-zona-metropolitana-de-guadalajara/> .

*Régimen de pequeños contribuyentes*, s.f., SAT Servicio de Administración Tributaria, desde [http://www.sat.gob.mx/sitio\\_internet/princ\\_fisc\\_p/131\\_8183.html](http://www.sat.gob.mx/sitio_internet/princ_fisc_p/131_8183.html) .

*SE entrega Galardón Pyme 2012*, de agosto de 2012, Notas relevantes, México Emprende, desde <http://www.economia.gob.mx/mexico-emprende/notas-relevantes/8423-se-entrega-galardon-pyme-2012> .

# Anexo 1

## Menú

Bufet saludable \$45 por persona.

Guisos a elegir:

- Pechuga de pollo a la plancha
- Pollo a la jardinera
- Pollo con champiñones y brócoli
- Fajitas de res
- Bistec en salsa verde con nopales
- Pescado en salsa verde
- Pescado a la francesa
- Lasaña vegetariana

Incluye:

Guarniciones:

- Ensalada mixta, arroz blanco con zanahoria, verduras al vapor, salsas: mexicana, mortajada y de chile de árbol.
- 1 garrafón de agua de fruta (a elegir)
- Tortillas de nopal
- Desechables

Todo preparado con cortes magros, sin aceite. Personal uniformado con filipina, cofia, cubre bocas y guantes. Con la mayor higiene y calidad.

100 Hamburguesas	\$1,950
------------------	---------

(Con carne de res magra, guacamole, panela, lechuga, cebolla y jitomate. Acompañadas con una guarnición de verduras al vapor.)

Charolas de pico de gallo (pepino, jícama y naranja) (6 unidades)	\$300
---	-------

Charola de fruta (6unidades )	\$350
-------------------------------	-------

Charola de vegetales con dip (6unidades)	\$400
--	-------

Nachos de manzana (6)	\$600
-----------------------	-------

Postre cremoso de fruta (1)	\$600
-----------------------------	-------

Brochetas de fruta con dip de limón (6 charolas)	\$350
--	-------

Gelatinas individuales (100)	\$300
------------------------------	-------

Hot cake (100)	\$800
Nieve de garrafa (100)	\$850
Bebidas	
Garrafón de agua fresca	\$200
Garrafón de jugo de naranja natural	\$250

Baguettes 50 unidades \$3,000

(Pan multigrano o integral)

BAGUETTE JAMÓN SERRRANO: jamón serrano + aguacate + lechuga + jitomate + cebolla + germinado de alfalfa y/o jalapeños.

BAGUETTE DE PAVO ESTILO SANTA FE: jamón pechuga de pavo + aderezo chipotle + aguacate + lechuga+ cebolla + germinado de alfalfa y/o jalapeños.

BAGUETTE DE ATUN: atún + ensalada de col + aderezo ranchero + uvas rojas + germinado de alfalfa y/o jalapeños.

BAGUETTE DE JAMON DE PAVO Y MANZANA: jamón de pavo + aderezo miel + manzana + lechuga + cebolla, germinado de alfalfa y/o jalapeños.

BAQUETTE DE JAMON Y QUESO CO VERDURAS: jamón ahumado + chile chipotle + calabacita + cebolla + jitomate + germinado de alfalfa y/o jalapeños.

BAQUETTE DE PECHUGA DE POLLO: pechuga de pollo + aderezo italiano + panela + lechuga + cebolla + germinado de alfalfa y/o jalapeños.

## Anexo 2

### Formato de guía para entrevistas

Buen día.

Mi nombre es Tomás López. Se está realizando un trabajo que consiste en un plan de negocios de Terraza para fiestas infantiles. Este es el planteamiento inicial, él cual todavía puede sufrir cambios para adaptarlo al mercado al que se está pensando. Le agradecemos mucho el espacio que nos brinda para la entrevista.

Antes que nada, quisiera hacerle notar que toda la información que nos proporcione será estrictamente confidencial. Solamente presentaremos resultados globales de las entrevistas y no la información que nos haya proporcionado alguna persona en particular.

Primero déjeme corroborar algunos de sus datos...

Nombre (Si desean):

Edad:

Género:

Ocupación:

Teléfono:

Correo :

Número y edades de los hijos:

Ubicación (CP, municipio, estado):

1. ¿Cómo describiría usted sus ocupaciones diarias, incluyendo sus funciones como padre/madre? ¿cómo distribuye su tiempo?
2. ¿Cuáles son los principales problemas o preocupaciones que tiene como padre?
3. ¿Cómo festeja los cumpleaños de sus hijos? ¿Les organiza una fiesta? ¿Qué tipo de fiesta, con qué elementos de los siguientes: juegos, piñata, mago y/o payasos, música, comida completa, snacks, bebidas, video, bolos, disfraces....
4. ¿Considera que la comida en las fiestas infantiles es nutritiva para los niños?, ¿Qué significa alimentos saludables?
5. ¿Optaría por servir alimentos saludables en los eventos infantiles? ¿Por qué motivos no lo haría?
6. ¿Cuáles son las cosas que sus hijos no perdonan que no haya en sus fiestas? ¿Qué es lo que les ha encantado o sorprendido más? ¿Qué es lo que no les ha gustado?
7. ¿Dónde prefieren que sea la fiesta? ¿Qué tipo de lugar les parece ideal? Podría describirlo (características del lugar y orden de importancia)
8. ¿Alrededor de cuántos invitados tiene? ¿Cuántos son niños y cuántos son adultos? ¿Organiza cosas especiales para cada uno de estos grupos?
9. ¿Usted mismo organiza las fiestas de cumpleaños de sus hijos u otros festejos o eventos infantiles? Si / No / Por qué

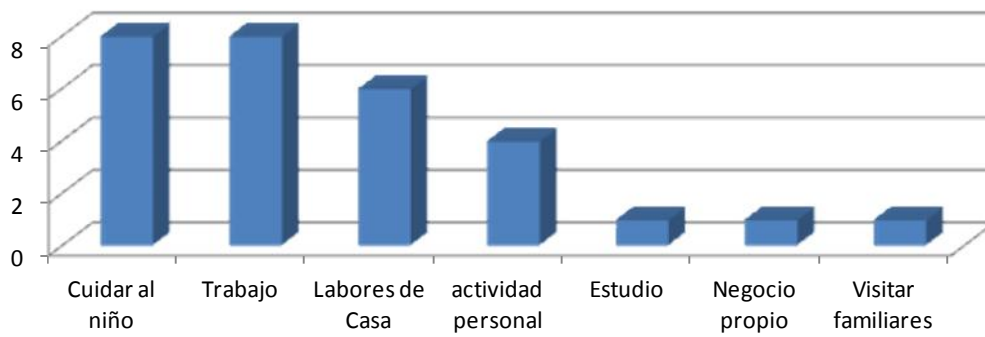
10. Si contestó que sí, ¿cómo fue su experiencia? ¿qué le gustó y qué no? ¿por qué? ¿Y a su hijo, qué le gustó y qué no? ¿le gustaría seguir organizando a usted mismo todas las fiestas? Si / no / por qué o de qué dependería
11. Si no, ¿quién le ayuda a organizarla? ¿en qué parte de la fiesta le ayudó? ¿por qué recurrió a esta opción? ¿cómo fue su experiencia? ¿qué le gustó y qué no? ¿volvería a contratar este tipo de servicios? ¿de qué dependería?
12. ¿En qué preferiría tener ayuda? (de los elementos incluidos en la pregunta 3, en orden de importancia). ¿Por qué?
13. ¿Cuáles son los factores que tomaría en cuenta para contratar este tipo de servicios? (listar y ordenar por su importancia)
14. Si usted fuese a contratar un servicio de organización de fiestas, cómo le gustaría que fuese este servicio? (contratación del servicio, acuerdos, presupuesto, comunicación, organización, cobro, etc...)
15. Si conociera una buena opción, ¿la comentaría o la recomendaría a otros padres de familia?
16. ¿Usted toma en cuenta las opiniones de otros padres de familia para organizar este tipo de eventos? ¿las opiniones de sus hijos o de los amigos de sus hijos? ¿otras?
17. ¿Qué tan frecuente es que organice este tipo de fiestas? ¿Cuántas al año?
18. Si encontrara un servicio que se ajusta en todo a sus preferencias y su presupuesto, ¿con qué frecuencia lo contrataría? (para todos los eventos, algunos, ninguno)



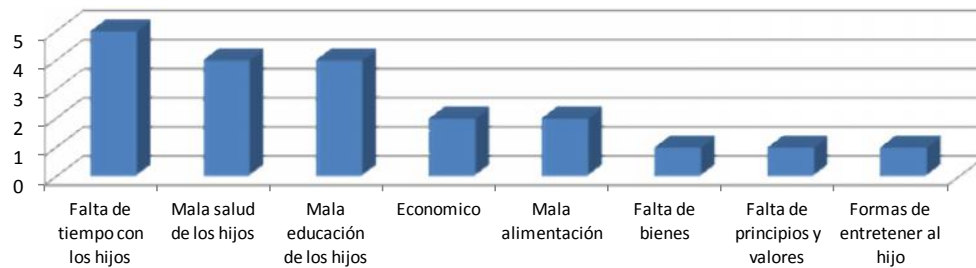
## Anexo 3

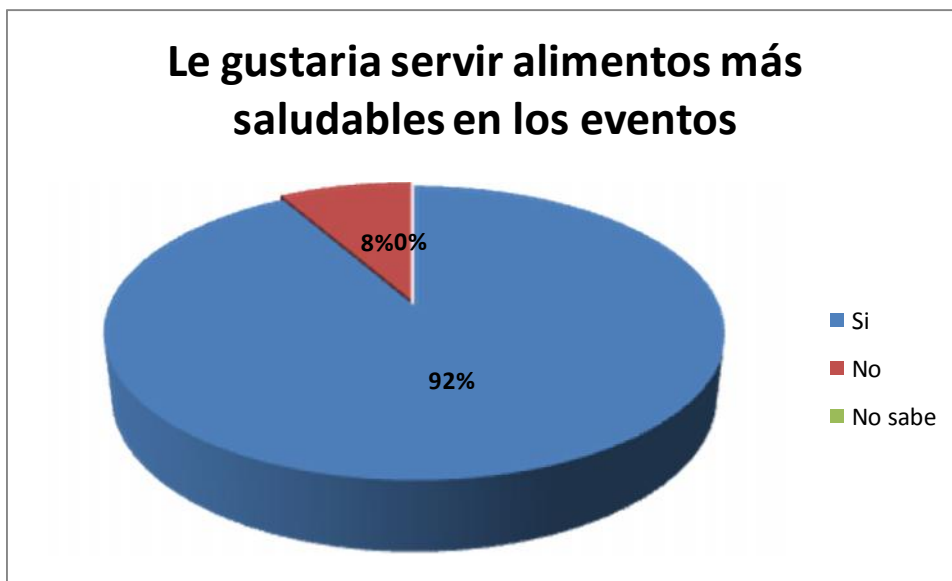
Resultados en gráficas de las entrevistas de profundidad

### Principales ocupación Padres de familia

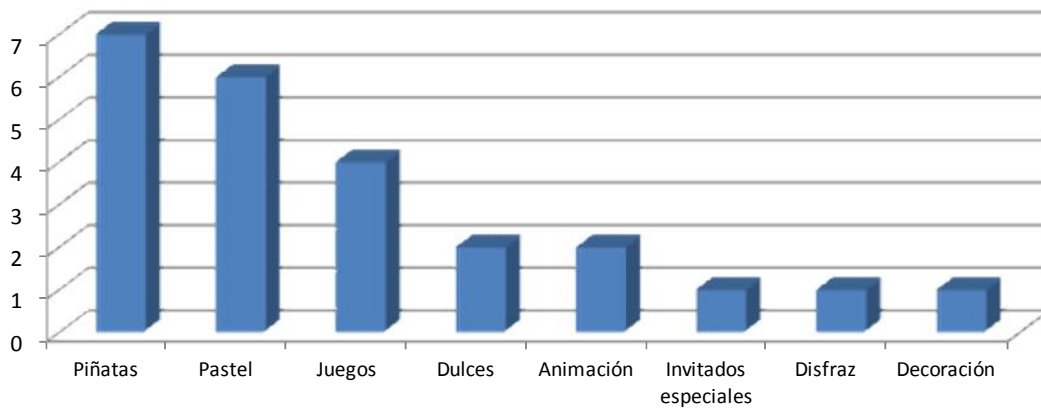


### Preocupaciones de los padres de familia

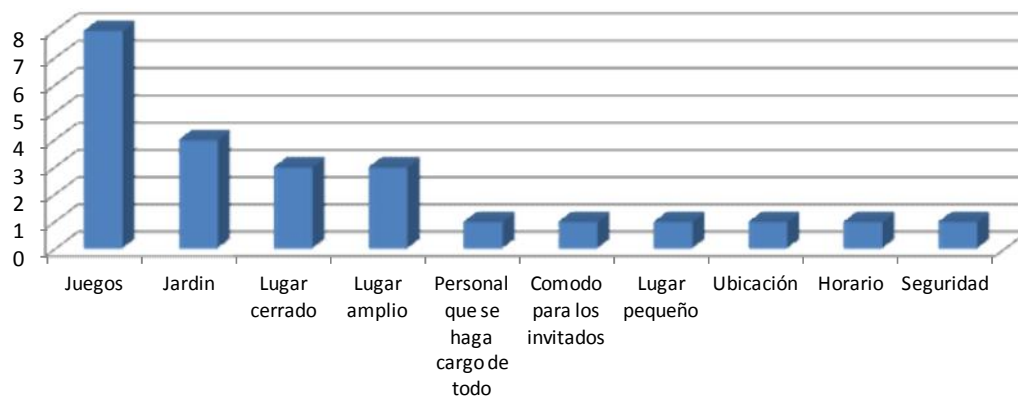




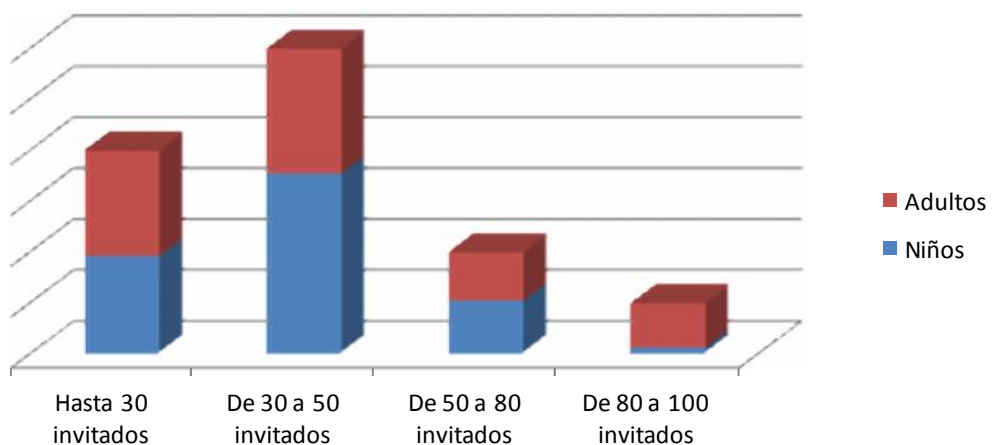
### Preferencias hijos



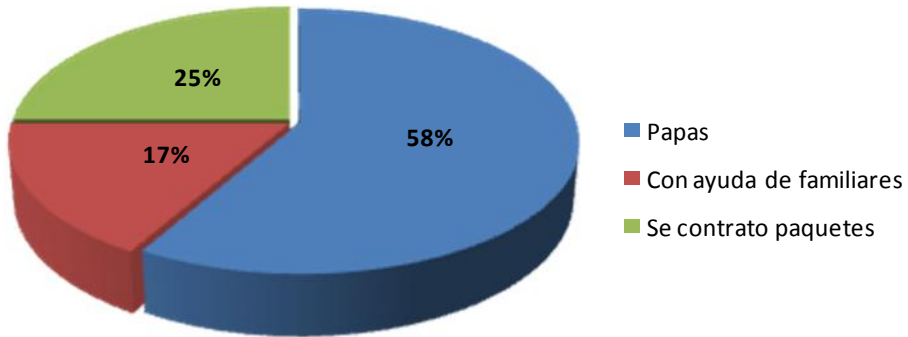
### Lugar ideal



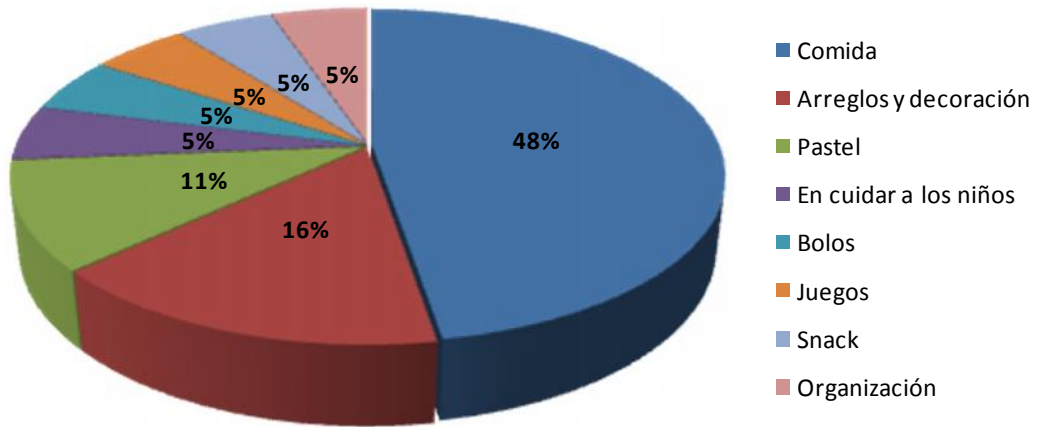
### Número de invitados



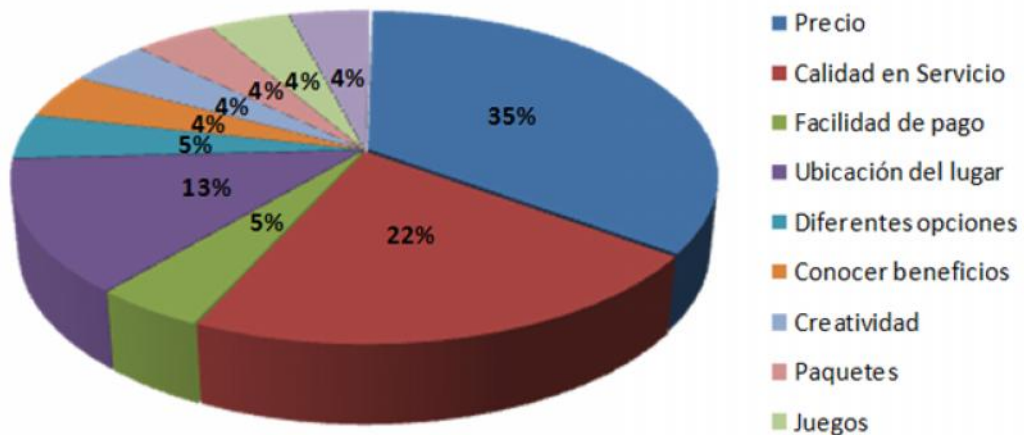
### Organización fiesta



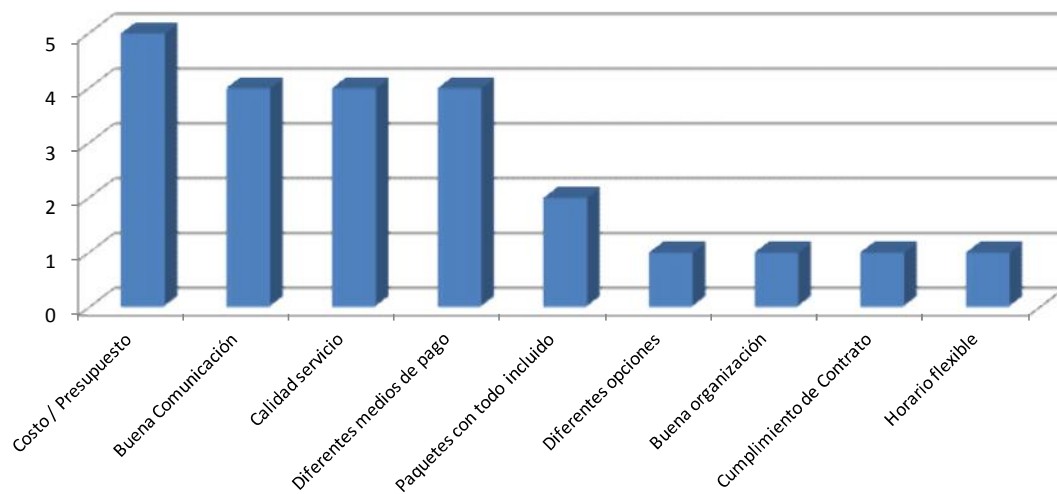
### Preferencia en contratar servicio



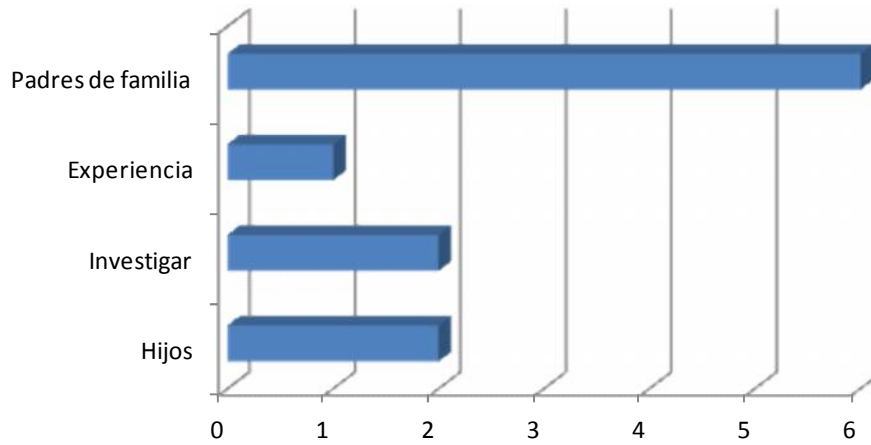
## Factores al contratar un servicio



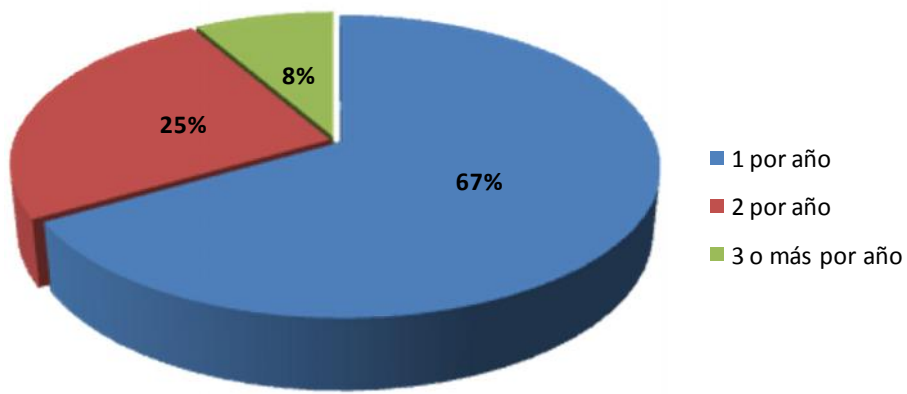
## Características de un buen servicio



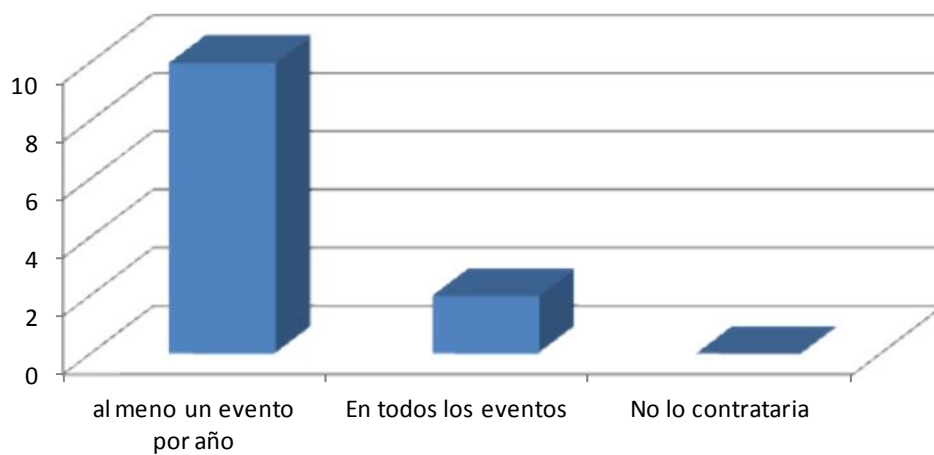
### De quien consulta opiniones



### Frecuencia de realización de eventos



### Contratación de un servicio de organización ajustado a sus preferencias



## Anexo 4

	Monigotes	Dombo	Los pinos	Ballons	Happy place	Bach Street	Mundo Dominion Kids
Precio fin de semana	\$4,500	\$2,500	\$2,800	\$5,500	\$4,570	\$4,000	\$5,500
Servicio de personal	si costo extra \$500 c/u	si costro extra \$300 c/u	no	no	si costo extra \$350 C/U	si costo extra \$300 c/u	si costo extra \$330 c/u
Pastel	si	si	no	no	no	si	si
Piñata	si	si	no	no	no	si	si
Paquetes	si	si	si	si	no	si	si
Organización del evento	si costo de \$1600	no	no	no	si	si	si
Capacidad del lugar	150 personas	120 personas	70 personas	90 personas	100 personas	80 personas	150 personas
Juegos	si	si	si	si	si	si	si
Horarios Flexifles	si	si	si	no	no	si	si
Facilidad de pago	no, solo efectivo	no, solo efectivo	no, solo efectivo	no, solo efectivo	si	si	si
Cuidado de niños	no	no	no	no	no	no	si
Alimentos	si	solo taquizas	no	si	si	si	si
Bolos y dulces	si	no	no	si	no	si	si
Arreglos y decoracion	si	si	no	si	no	si	si
Fotografo	no	no	no	si	no	si	si
Botanas	si	no	no	si	no	si	si
Seguridad	si	no	no	si	no	no	si



## Anexo 5



**REGIMEN DE PEQUEÑOS CONTRIBUYENTES  
TABLA CUOTAS FIJAS BIMESTRALES EJERCICIO FISCAL 2013**

Ingresos de \$	Ingresos hasta \$	cuotas fijas 2013
0.00	16,000.00	220.00
16,000.01	20,833.33	320.00
20,833.34	29,166.66	460.00
29,166.67	33,333.33	680.00
33,333.34	37,333.66	855.00
37,333.67	41,666.66	1,210.00
41,666.67	43,333.33	1,630.00
43,333.34	50,000.00	1,990.00
50,000.01	58,333.33	2,405.00
58,333.34	66,666.66	3,130.00
66,666.67	75,000.00	3,430.00
75,000.01	83,333.33	3,800.00
83,333.34	91,666.66	4,160.00
91,666.67	100,000.00	4,690.00
100,000.01	108,333.33	4,910.00
108,333.34	116,666.66	5,300.00
116,666.67	125,000.00	5,900.00
125,000.01	133,333.33	6,300.00
133,333.34	141,666.66	6,690.00
141,666.67	150,000.00	7,090.00
150,000.01	158,333.33	7,860.00
158,333.34	166,666.66	8,410.00
166,666.67	183,333.33	9,410.00
183,333.34	200,000.00	10,610.00
200,000.01	216,666.66	11,630.00
216,666.67	233,333.33	12,620.00
233,333.34	250,000.00	14,320.00
250,000.01	266,666.66	15,520.00
266,666.67	283,333.33	16,690.00
283,333.34	316,666.66	18,670.00
316,666.67	333,333.33	19,890.00
333,333.34	350,000.00	21,400.00
350,000.01	366,666.66	22,410.00
366,666.67	383,333.33	22,840.00

## Anexo 6

### Presupuesto de Inversión Inicial

Terraza	M <sup>2</sup>	Precio Unitario	Costo
Terreno	250	4,000	1,000,000
Infraestructura	80	4,000	320,000
<b>Sub-Total</b>			<b>1,320,000</b>

Equipo / mobiliario	Cantidad	Precio Unitario	Costo Total
Estufa	1	5,799	5,799
Refrigerador Torrey	1	7,000	7,000
Silla cromada acoginada plegable	70	235	16,450
Tablon rectangular 2.40 X .75	1	950	950
Mesa redonda plagable (10 personas)	7	1,500	10,500
Mateleria mesas	21	120	2,520
Silla para niño plegable	40	180	7,200
Mesa niño plagable (10 personas)	4	1,200	4,800
Extintores 2 kg PQS	2	365	730
Señalamientos	5	30	150
Botes de basura	5	500	2,500
Anaqueles	2	849	1,698
Equipo de sonido	1	3,990	3,990
Equipo de Limpieza y mantenimiento	1	1,000	1,000
Juego inflable alberca de pelotas	1	14,800	14,800
Juego inflable barco pirata	1	32,800	32,800
Juego de madera americano	1	10,500	10,500
Escritorio de oficina	1	2,599	2,599
Archivero movil	1	1,049	1,049
Computadora de escritorio Compaq	1	7,499	7,499
Impresora multifuncional HP	1	1,599	1,599
<b>Sub-Total</b>			<b>136,133</b>

<b>Total Inversión Inicial</b>			<b>1,456,133</b>
--------------------------------	--	--	------------------

## Anexo 7



**CRÉDITO HIPOTECARIO TRADICIONAL**

[Mostrar Comparación](#)
[Imprimir](#)

ELEGIR
CAPTURAR
COTIZAR

DATOS GENERALES				DESEMBOLSO INICIAL ESTIMADO	
Tipo de simulación:	Por valor del Terreno	I.V.A.:	No frontera	Comisión por Apertura 3.00% más IVA :	\$0.00
Destino y Producto:	Adquisición de un Terreno Urbanizado	Valor Avalúo:	\$1,000,000.00	Avalúo: 0.30 % más IVA	\$3,480.00
Tasa de interés anual (fija):	14.50 %	Aproximado:		Investigación I.V.A. Incluido:	\$500.00
Plazo en meses:	120	Enganche Requerido:	\$500,000.00	Sub-total:	\$3,980.00
Comisión apertura:	Financiada	50%		Enganche Requerido:	\$500,000.00
Estado:	Jalisco	Crédito Banorte 50%	\$500,000.00	Gastos Notariales**:	\$51,200.00
		Comisión por Apertura 3.00% más IVA :	\$17,400.00	Total:	\$555,180.00
		Total:	\$517,400.00		

## Anexo 8

No.	Fecha	Días	Tasa	Saldo Inicial	Capital	Interés	IVA De Interés	Seguro De Vida	Seguro De Daños y Contenidos	Comisión Diferida	Aportaciones a Capital	Pago Mensual	Saldo Final
1	03-may-13	21	14.50%	\$517,400.00	\$1,915.30	\$4,376.34	\$525.16	\$188.33	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$7,005.13	\$515,484.70
2	03-jun-13	30.4	14.50%	\$515,484.70	\$1,938.75	\$6,311.82	\$757.42	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,277.04	\$513,545.95
3	03-jul-13	30.4	14.50%	\$513,545.95	\$1,962.49	\$6,288.08	\$754.57	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,274.19	\$511,583.46
4	03-ago-13	30.4	14.50%	\$511,583.46	\$1,986.52	\$6,264.06	\$751.69	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,271.32	\$509,596.94
5	03-sep-13	30.4	14.50%	\$509,596.94	\$2,010.84	\$6,239.73	\$748.77	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,268.39	\$507,586.10
6	03-oct-13	30.4	14.50%	\$507,586.10	\$2,035.46	\$6,215.11	\$745.81	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,265.43	\$505,550.64
7	03-nov-13	30.4	14.50%	\$505,550.64	\$2,060.38	\$6,190.19	\$742.82	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,262.44	\$503,490.26
8	03-dic-13	30.4	14.50%	\$503,490.26	\$2,085.61	\$6,164.96	\$739.80	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,259.42	\$501,404.65
9	03-ene-14	30.4	14.50%	\$501,404.65	\$2,111.15	\$6,139.42	\$736.73	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,256.35	\$499,293.50
10	03-feb-14	30.4	14.50%	\$499,293.50	\$2,137.00	\$6,113.57	\$733.63	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,253.25	\$497,156.50
11	03-mar-14	30.4	14.50%	\$497,156.50	\$2,163.17	\$6,087.41	\$730.49	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,250.12	\$494,993.33
12	03-abr-14	30.4	14.50%	\$494,993.33	\$2,189.65	\$6,060.92	\$727.31	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,246.93	\$492,803.68
13	03-may-14	30.4	14.50%	\$492,803.68	\$2,216.46	\$6,034.11	\$724.09	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,243.71	\$490,587.22
14	03-jun-14	30.4	14.50%	\$490,587.22	\$2,243.60	\$6,006.97	\$720.84	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,240.46	\$488,343.62
15	03-jul-14	30.4	14.50%	\$488,343.62	\$2,271.07	\$5,979.50	\$717.54	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,237.16	\$486,072.55
16	03-ago-14	30.4	14.50%	\$486,072.55	\$2,298.88	\$5,951.69	\$714.20	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,233.82	\$483,773.67
17	03-sep-14	30.4	14.50%	\$483,773.67	\$2,327.03	\$5,923.54	\$710.82	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,230.44	\$481,446.64
18	03-oct-14	30.4	14.50%	\$481,446.64	\$2,355.52	\$5,895.05	\$707.41	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,227.03	\$479,091.12
19	03-nov-14	30.4	14.50%	\$479,091.12	\$2,384.37	\$5,866.20	\$703.94	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,223.56	\$476,706.75
20	03-dic-14	30.4	14.50%	\$476,706.75	\$2,413.56	\$5,837.01	\$700.44	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,220.06	\$474,293.19
21	03-ene-15	30.4	14.50%	\$474,293.19	\$2,443.11	\$5,807.46	\$696.90	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,216.52	\$471,850.08
22	03-feb-15	30.4	14.50%	\$471,850.08	\$2,473.03	\$5,777.54	\$693.30	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,212.92	\$469,377.05
23	03-mar-15	30.4	14.50%	\$469,377.05	\$2,503.31	\$5,747.26	\$689.67	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,209.29	\$466,873.74
24	03-abr-15	30.4	14.50%	\$466,873.74	\$2,533.96	\$5,716.61	\$685.99	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,205.61	\$464,339.78
25	03-may-15	30.4	14.50%	\$464,339.78	\$2,564.99	\$5,685.58	\$682.27	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,201.89	\$461,774.79
26	03-jun-15	30.4	14.50%	\$461,774.79	\$2,596.40	\$5,654.18	\$678.50	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,198.13	\$459,178.39
27	03-jul-15	30.4	14.50%	\$459,178.39	\$2,628.19	\$5,622.38	\$674.69	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,194.31	\$456,550.20
28	03-ago-15	30.4	14.50%	\$456,550.20	\$2,660.37	\$5,590.20	\$670.82	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,190.44	\$453,889.83
29	03-sep-15	30.4	14.50%	\$453,889.83	\$2,692.94	\$5,557.63	\$666.92	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,186.54	\$451,196.89
30	03-oct-15	30.4	14.50%	\$451,196.89	\$2,725.92	\$5,524.66	\$662.96	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,182.59	\$448,470.97
31	03-nov-15	30.4	14.50%	\$448,470.97	\$2,759.29	\$5,491.28	\$658.95	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,178.57	\$445,711.68
32	03-dic-15	30.4	14.50%	\$445,711.68	\$2,793.08	\$5,457.49	\$654.90	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,174.52	\$442,918.60
33	03-ene-16	30.4	14.50%	\$442,918.60	\$2,827.28	\$5,423.29	\$650.79	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,170.41	\$440,091.32
34	03-feb-16	30.4	14.50%	\$440,091.32	\$2,861.90	\$5,388.67	\$646.64	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,166.26	\$437,229.42
35	03-mar-16	30.4	14.50%	\$437,229.42	\$2,896.94	\$5,353.63	\$642.44	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,162.06	\$434,332.48
36	03-abr-16	30.4	14.50%	\$434,332.48	\$2,932.41	\$5,318.16	\$638.18	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,157.80	\$431,400.07

No.	Fecha	Días	Tasa	Saldo Inicial	Capital	Interés	IVA De Interés	Seguro De Vida	Seguro De Daños y Contenidos	Comisión Diferida	Aportaciones a Capital	Pago Mensual	Saldo Final
37	03-may-16	30.4	14.50%	\$431,400.07	\$2,968.32	\$5,282.25	\$633.87	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,153.49	\$428,431.75
38	03-jun-16	30.4	14.50%	\$428,431.75	\$3,004.66	\$5,245.91	\$629.51	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,149.13	\$425,427.09
39	03-jul-16	30.4	14.50%	\$425,427.09	\$3,041.45	\$5,209.12	\$625.09	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,144.71	\$422,385.64
40	03-ago-16	30.4	14.50%	\$422,385.64	\$3,078.69	\$5,171.88	\$620.63	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,140.25	\$419,306.95
41	03-sep-16	30.4	14.50%	\$419,306.95	\$3,116.39	\$5,134.18	\$616.10	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,135.72	\$416,190.56
42	03-oct-16	30.4	14.50%	\$416,190.56	\$3,154.55	\$5,096.02	\$611.52	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,131.14	\$413,036.01
43	03-nov-16	30.4	14.50%	\$413,036.01	\$3,193.17	\$5,057.40	\$606.89	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,126.51	\$409,842.84
44	03-dic-16	30.4	14.50%	\$409,842.84	\$3,232.27	\$5,018.30	\$602.20	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,121.82	\$406,610.57
45	03-ene-17	30.4	14.50%	\$406,610.57	\$3,271.85	\$4,978.72	\$597.45	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,117.07	\$403,338.72
46	03-feb-17	30.4	14.50%	\$403,338.72	\$3,311.91	\$4,938.66	\$592.64	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,112.26	\$400,026.81
47	03-mar-17	30.4	14.50%	\$400,026.81	\$3,352.47	\$4,898.11	\$587.77	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,107.40	\$396,674.34
48	03-abr-17	30.4	14.50%	\$396,674.34	\$3,393.51	\$4,857.06	\$582.85	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,102.47	\$393,280.83
49	03-may-17	30.4	14.50%	\$393,280.83	\$3,435.07	\$4,815.51	\$577.86	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,097.49	\$389,845.76
50	03-jun-17	30.4	14.50%	\$389,845.76	\$3,477.13	\$4,773.44	\$572.81	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,092.43	\$386,368.63
51	03-jul-17	30.4	14.50%	\$386,368.63	\$3,519.70	\$4,730.87	\$567.70	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,087.32	\$382,848.93
52	03-ago-17	30.4	14.50%	\$382,848.93	\$3,562.80	\$4,687.77	\$562.53	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,082.15	\$379,286.13
53	03-sep-17	30.4	14.50%	\$379,286.13	\$3,606.42	\$4,644.15	\$557.30	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,076.92	\$375,679.71
54	03-oct-17	30.4	14.50%	\$375,679.71	\$3,650.58	\$4,599.99	\$552.00	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,071.62	\$372,029.13
55	03-nov-17	30.4	14.50%	\$372,029.13	\$3,695.28	\$4,555.29	\$546.63	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,066.25	\$368,333.85
56	03-dic-17	30.4	14.50%	\$368,333.85	\$3,740.53	\$4,510.04	\$541.20	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,060.82	\$364,593.32
57	03-ene-18	30.4	14.50%	\$364,593.32	\$3,786.33	\$4,464.24	\$535.71	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,055.33	\$360,806.99
58	03-feb-18	30.4	14.50%	\$360,806.99	\$3,832.69	\$4,417.88	\$530.15	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,049.77	\$356,974.30
59	03-mar-18	30.4	14.50%	\$356,974.30	\$3,879.62	\$4,370.95	\$524.51	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,044.13	\$353,094.68
60	03-abr-18	30.4	14.50%	\$353,094.68	\$3,927.12	\$4,323.45	\$518.81	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,038.43	\$349,167.56
61	03-may-18	30.4	14.50%	\$349,167.56	\$3,975.21	\$4,275.36	\$513.04	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,032.66	\$345,192.35
62	03-jun-18	30.4	14.50%	\$345,192.35	\$4,023.88	\$4,226.69	\$507.20	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,026.82	\$341,168.47
63	03-jul-18	30.4	14.50%	\$341,168.47	\$4,073.15	\$4,177.42	\$501.29	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,020.91	\$337,095.32
64	03-ago-18	30.4	14.50%	\$337,095.32	\$4,123.03	\$4,127.54	\$495.30	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,014.92	\$332,972.29
65	03-sep-18	30.4	14.50%	\$332,972.29	\$4,173.51	\$4,077.06	\$489.25	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,008.87	\$328,798.78
66	03-oct-18	30.4	14.50%	\$328,798.78	\$4,224.61	\$4,025.96	\$483.12	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$9,002.74	\$324,574.17
67	03-nov-18	30.4	14.50%	\$324,574.17	\$4,276.34	\$3,974.23	\$476.91	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,996.53	\$320,297.83
68	03-dic-18	30.4	14.50%	\$320,297.83	\$4,328.70	\$3,921.87	\$470.62	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,990.24	\$315,969.13
69	03-ene-19	30.4	14.50%	\$315,969.13	\$4,381.70	\$3,868.87	\$464.26	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,983.88	\$311,587.43
70	03-feb-19	30.4	14.50%	\$311,587.43	\$4,435.36	\$3,815.21	\$457.83	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,977.45	\$307,152.07
71	03-mar-19	30.4	14.50%	\$307,152.07	\$4,489.66	\$3,760.91	\$451.31	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,970.93	\$302,662.41
72	03-abr-19	30.4	14.50%	\$302,662.41	\$4,544.64	\$3,705.93	\$444.71	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,964.33	\$298,117.77

No.	Fecha	Días	Tasa	Saldo Inicial	Capital	Interés	IVA De Interés	Seguro De Vida	Seguro De Daños y Contenidos	Comisión Diferida	Aportaciones a Capital	Pago Mensual	Saldo Final
73	03-may-19	30.4	14.50%	\$298,117.77	\$4,600.28	\$3,650.29	\$438.03	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,957.65	\$293,517.49
74	03-jun-19	30.4	14.50%	\$293,517.49	\$4,656.61	\$3,593.96	\$431.28	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,950.90	\$288,860.88
75	03-jul-19	30.4	14.50%	\$288,860.88	\$4,713.63	\$3,536.94	\$424.43	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,944.05	\$284,147.25
76	03-ago-19	30.4	14.50%	\$284,147.25	\$4,771.35	\$3,479.23	\$417.51	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,937.14	\$279,375.90
77	03-sep-19	30.4	14.50%	\$279,375.90	\$4,829.77	\$3,420.80	\$410.50	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,930.12	\$274,546.13
78	03-oct-19	30.4	14.50%	\$274,546.13	\$4,888.91	\$3,361.66	\$403.40	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,923.02	\$269,657.22
79	03-nov-19	30.4	14.50%	\$269,657.22	\$4,948.77	\$3,301.80	\$396.22	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,915.84	\$264,708.45
80	03-dic-19	30.4	14.50%	\$264,708.45	\$5,009.36	\$3,241.21	\$388.95	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,908.57	\$259,699.09
81	03-ene-20	30.4	14.50%	\$259,699.09	\$5,070.70	\$3,179.87	\$381.58	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,901.20	\$254,628.39
82	03-feb-20	30.4	14.50%	\$254,628.39	\$5,132.79	\$3,117.78	\$374.13	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,893.75	\$249,495.60
83	03-mar-20	30.4	14.50%	\$249,495.60	\$5,195.64	\$3,054.94	\$366.59	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,886.22	\$244,299.96
84	03-abr-20	30.4	14.50%	\$244,299.96	\$5,259.25	\$2,991.32	\$358.96	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,878.58	\$239,040.71
85	03-may-20	30.4	14.50%	\$239,040.71	\$5,323.65	\$2,926.92	\$351.23	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,870.85	\$233,717.06
86	03-jun-20	30.4	14.50%	\$233,717.06	\$5,388.84	\$2,861.74	\$343.41	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,863.04	\$228,328.22
87	03-jul-20	30.4	14.50%	\$228,328.22	\$5,454.82	\$2,795.75	\$335.49	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,855.11	\$222,873.40
88	03-ago-20	30.4	14.50%	\$222,873.40	\$5,521.61	\$2,728.96	\$327.48	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,847.10	\$217,351.79
89	03-sep-20	30.4	14.50%	\$217,351.79	\$5,589.22	\$2,661.35	\$319.36	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,838.98	\$211,762.57
90	03-oct-20	30.4	14.50%	\$211,762.57	\$5,657.66	\$2,592.92	\$311.15	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,830.78	\$206,104.91
91	03-nov-20	30.4	14.50%	\$206,104.91	\$5,726.93	\$2,523.64	\$302.84	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,822.46	\$200,377.98
92	03-dic-20	30.4	14.50%	\$200,377.98	\$5,797.05	\$2,453.52	\$294.42	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,814.04	\$194,580.93
93	03-ene-21	30.4	14.50%	\$194,580.93	\$5,868.04	\$2,382.54	\$285.90	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,805.53	\$188,712.89
94	03-feb-21	30.4	14.50%	\$188,712.89	\$5,939.89	\$2,310.68	\$277.28	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,796.90	\$182,773.00
95	03-mar-21	30.4	14.50%	\$182,773.00	\$6,012.62	\$2,237.95	\$268.55	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,788.17	\$176,760.38
96	03-abr-21	30.4	14.50%	\$176,760.38	\$6,086.24	\$2,164.33	\$259.72	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,779.34	\$170,674.14
97	03-may-21	30.4	14.50%	\$170,674.14	\$6,160.76	\$2,089.81	\$250.78	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,770.40	\$164,513.38
98	03-jun-21	30.4	14.50%	\$164,513.38	\$6,236.20	\$2,014.37	\$241.72	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,761.34	\$158,277.18
99	03-jul-21	30.4	14.50%	\$158,277.18	\$6,312.55	\$1,938.02	\$232.56	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,752.18	\$151,964.63
100	03-ago-21	30.4	14.50%	\$151,964.63	\$6,389.85	\$1,860.72	\$223.29	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,742.91	\$145,574.78
101	03-sep-21	30.4	14.50%	\$145,574.78	\$6,468.09	\$1,782.48	\$213.90	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,733.52	\$139,106.69
102	03-oct-21	30.4	14.50%	\$139,106.69	\$6,547.29	\$1,703.28	\$204.39	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,724.01	\$132,559.40
103	03-nov-21	30.4	14.50%	\$132,559.40	\$6,627.45	\$1,623.12	\$194.77	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,714.39	\$125,931.95
104	03-dic-21	30.4	14.50%	\$125,931.95	\$6,708.60	\$1,541.97	\$185.04	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,704.66	\$119,223.35
105	03-ene-22	30.4	14.50%	\$119,223.35	\$6,790.75	\$1,459.82	\$175.18	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,694.80	\$112,432.60
106	03-feb-22	30.4	14.50%	\$112,432.60	\$6,873.90	\$1,376.67	\$165.20	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,684.82	\$105,558.70
107	03-mar-22	30.4	14.50%	\$105,558.70	\$6,958.06	\$1,292.51	\$155.10	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,674.72	\$98,600.64
108	03-abr-22	30.4	14.50%	\$98,600.64	\$7,043.26	\$1,207.31	\$144.88	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,664.50	\$91,557.38

No.	Fecha	Días	Tasa	Saldo Inicial	Capital	Interés	IVA De Interés	Seguro De Vida	Seguro De Daños y Contenidos	Comisión Diferida	Aportaciones a Capital	Pago Mensual	Saldo Final
109	03-may-22	30.4	14.50%	\$91,557.38	\$7,129.50	\$1,121.07	\$134.53	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,654.15	\$84,427.88
110	03-jun-22	30.4	14.50%	\$84,427.88	\$7,216.80	\$1,033.77	\$124.05	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,643.67	\$77,211.08
111	03-jul-22	30.4	14.50%	\$77,211.08	\$7,305.16	\$945.41	\$113.45	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,633.07	\$69,905.92
112	03-ago-22	30.4	14.50%	\$69,905.92	\$7,394.61	\$855.96	\$102.72	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,622.34	\$62,511.31
113	03-sep-22	30.4	14.50%	\$62,511.31	\$7,485.15	\$765.42	\$91.85	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,611.47	\$55,026.16
114	03-oct-22	30.4	14.50%	\$55,026.16	\$7,576.81	\$673.76	\$80.85	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,600.47	\$47,449.35
115	03-nov-22	30.4	14.50%	\$47,449.35	\$7,669.58	\$580.99	\$69.72	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,589.34	\$39,779.77
116	03-dic-22	30.4	14.50%	\$39,779.77	\$7,763.49	\$487.08	\$58.45	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,578.07	\$32,016.28
117	03-ene-23	30.4	14.50%	\$32,016.28	\$7,858.55	\$392.02	\$47.04	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,566.66	\$24,157.73
118	03-feb-23	30.4	14.50%	\$24,157.73	\$7,954.77	\$295.80	\$35.50	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,555.12	\$16,202.96
119	03-mar-23	30.4	14.50%	\$16,202.96	\$8,052.17	\$198.40	\$23.81	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,543.43	\$8,150.79
120	03-abr-23	30.4	14.50%	\$8,150.79	\$8,150.77	\$99.80	\$11.98	\$269.05	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$8,531.60	\$0.00
					<b>\$517,399.98</b>	<b>\$470,709.60</b>	<b>\$56,485.14</b>	<b>\$32,205.28</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$1,076,800.00</b>	